

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

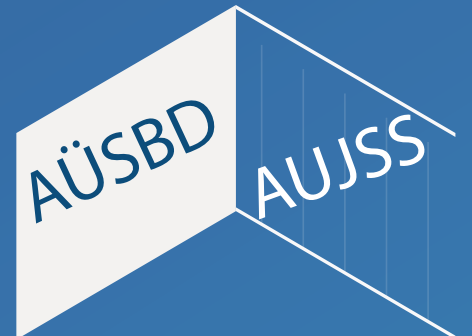
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 19

Sayı/No: 4

Yıl/Year: 2019

Prof. Dr. Fuat SEZGİN'e ithafen...



e-ISSN: 2667-8683

e-ISSN: 2667 - 8683



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 19 Sayı / Number: 4

AÜSBD
AUJSS

2019 - ESKİŞEHİR



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI
Owner: On behalf of Anadolu University, Rector Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI

Görsel Tasarım ve Dizgi/**Graphic Design & Typeset: Gülğün BULUT**

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (AÜSBD) yayın hayatına 2001'de yılda iki sayı ile başlamıştır. 2012 itibarıyla Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 4 defa yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, **TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı, Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index), RePEc/Econpapers, Econlit, Ebscohost Academic Search Complete, Index Islamicus, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory ve Sociological Abstracts** tarafından indekslenmektedir.

Yayın dili Türkçe olup, İngilizce, Almanca ve Fransızca yazılmış *araştırma makalesi, derleme, editöre mektup ve kitap yorumları* türünden metinleri, yazım kurallarına uygun hazırlanmış olması koşuluyla değerlendirmeye kabul eder. Değerlendirilmek üzere dergimize gönderilen metinlerin, daha önce yayınlanmamış, yayınlanmak üzere kabul edilmemiş ve yayınlanmak için değerlendirilme sürecinde olmaması gerekir. Değerlendirme sürecinde olan ve yayınlanan eserlerin sorumluluğu tümüyle yazar(lar)a aittir.

AÜSBD online olarak yayınlanır ve değerlendirme süreci elektronik ortamda çift-körleme (double-blinded) yöntemiyle yürütülür.

Anadolu University Journal of Social Sciences (AÜSBD), a internationally refereed journal, has been in publication since 2001. Starting 2012, the journal will be published quarterly in March, June, September, and December.

Anadolu University Journal of Social Sciences has been indexed in the **TUBITAK-ULAKBIM Social Sciences Data Base, Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index), RePEc / Econpapers, Econlit, Ebscohost Academic Search Complete, Index Islamicus, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory and Sociological Abstracts.**

Although the language of the journal is Turkish, manuscripts prepared in English, German and French are also welcome. AÜSBD accepts and publishes manuscripts prepared as *research paper, literature reviews, letters to editor* and *book reviews* as long as they are in accordance with the journal's writing guidelines.

Manuscripts, which have been published previously, accepted for publication, or currently being considered for publication elsewhere, will not be considered for publication. The authors are solely responsible for the ideas and opinions expressed in the articles, of which Anadolu University cannot be held responsible.

The Anadolu University Journal of Social Sciences is electronically managed, double-blinded journal from the submission of manuscripts to the publication.

AÜSBD'de yayımlanan tüm eserlerin yayın hakkı Anadolu Üniversitesi'ne aittir.
Anadolu University holds the copyright of all published material that appear in AÜSBD.

Yazışma Adresi / **Address:** Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi

Yunusemre Kampüsü 26470 Tepebaşı - ESKİŞEHİR

e-mail: sosbilder@anadolu.edu.tr

web: sbd.dergi.anadolu.edu.tr

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Editör / Editor: Bülent GÜNŞOY

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1262
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: bgunsoy@anadolu.edu.tr

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Mustafa KARACA

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1264
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: mustafa_karaca@anadolu.edu.tr

Editör Yardımcısı / Associate Editor

B. Tuğberk TOSUNOĞLU

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1267
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: ttosunoglu@anadolu.edu.tr

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Bülent GÜNŞOY (Anadolu Üniversitesi)

Mehmet BAŞAR (Anadolu Üniversitesi)

Metin IŞIK (Sakarya Üniversitesi)

Mehmet Şükrü AKDOĞAN (Erciyes Üniversitesi)

Serdar SALMAN (Milli Savunma Üniversitesi)

Süleyman SÖZEN (Anadolu Üniversitesi)

Mustafa KARACA (Anadolu Üniversitesi)

Mehmet FIRAT (Anadolu Üniversitesi)

B. Tuğberk TOSUNOĞLU (Anadolu Üniversitesi)

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Şafak Ertan ÇOMAKLI – Anadolu Üniversitesi Rektörü

- Bülent GÜNŞOY** - Anadolu Üniversitesi
Muharrem AFŞAR - Anadolu Üniversitesi
Mehmet Şükrü AKDOĞAN - Erciyes Üniversitesi
Feriştah ALANYALI - Anadolu Üniversitesi
Nesrin ALPTEKİN - Anadolu Üniversitesi
Michael J. BAKER - University of Strathclyde
Tahir BALCI - Çukurova Üniversitesi
Şehmuz BALOĞLU - University of Nevada
Michael BASIL - University of Lethbridge
Mehmet BAŞAR - Anadolu Üniversitesi
Selim BAŞAR - Anadolu Üniversitesi
Tyler COWEN - George Mason University
Muzaffer DOĞAN - Anadolu Üniversitesi
Emre GÖKALP - Anadolu Üniversitesi
John GRAHL - Middlesex University
Zehra GÜLMÜŞ - Anadolu Üniversitesi
Güler GÜNŞOY - Anadolu Üniversitesi
Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi
Richard James HOLDEN - Leeds Metropolitan University
Cem IŞIK - Anadolu Üniversitesi
Jens Normann JØRGENSEN - University of Copenhagen
C. Hakan KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Deniz KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi
Mustafa KARACA - Anadolu Üniversitesi
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Kayseri Üniversitesi
Philip J. KITCHEN - Brock University
Ali Savaş KOPARAL - Anadolu Üniversitesi
Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi
Theo NICHOLS - Cardiff University
- E. Nezh ORHON** - Anadolu Üniversitesi
Saime ÖNCE - Anadolu Üniversitesi
Hüseyin ÖZCAN - Anadolu Üniversitesi
Gülsev PAKKAN - Ufuk Üniversitesi
Tony ROYLE - National University of Ireland
Serdar SALMAN - Milli Savunma Üniversitesi
Süleyman SÖZEN - Anadolu Üniversitesi
Nadir SUGÜR - Anadolu Üniversitesi
Oktay Emir TEDRİVEN - Anadolu Üniversitesi
Metin IŞIK - Sakarya Üniversitesi
Elif TEKİN İFTAR - Anadolu Üniversitesi
Metin TOPRAK - İstanbul Üniversitesi
M. Mahur TULUM - Anadolu Üniversitesi
B. Tuğberk TOSUNOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Şebnem TOSUNOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Ali Umut TÜRKCAN - Anadolu Üniversitesi
B. Yelda UÇKAN - Anadolu Üniversitesi
Halil İbrahim USTA - Ankara Üniversitesi
M. Erkan ÜYÜMEZ - Anadolu Üniversitesi
Nezh VARCAN - Anadolu Üniversitesi
Erinç YELDAN - Yaşar Üniversitesi
Kürşad Emrah YILDIRIM - Anadolu Üniversitesi
Cengiz YILMAZ - Orta Doğu Teknik Üniversitesi
R. Ayhan YILMAZ - Anadolu Üniversitesi
A. Haluk YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi
Erkan YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi
T. Volkan YÜZER - Anadolu Üniversitesi
Deniz TURAN - Anadolu Üniversitesi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ

SAYIN PROF. DR. ŞAFAK ERTAN ÇOMAKLI'NIN SUNUŞ YAZISI

Merhum Prof. Dr. Fuat Sezgin, İslam bilim ve teknoloji tarihi alanında yapmış olduğu çalışmalar dolayısıyla dünyanın önde gelen bilim insanları arasında yer almaktadır. Prof. Dr. Fuat Sezgin, dünya akademik çevrelerinde büyük saygı uyandıran “Arap-İslam Bilim Tarihi” adlı eserinde tıp, kimya, matematik, farmakoloji, zooloji, veterinerlik, bitki bilimi, ziraat, astronomi, haritacılık, matematiksel coğrafya, astroloji ve meteoroloji gibi pozitif bilim dalları yanında Kur’an ve hadis ilimleri, tarih, fıkıh, kelam, tasavvuf ve şiir gibi konuları da işlemiştir. Prof. Dr. Fuat Sezgin ömrü boyunca büyük bir disiplin içinde zamanı verimli kullanması nedeniyle bir “ibnü’l vakt” olarak hafızalarımızda yer etmiştir. Müslüman alimlerin bilim dünyasına yaptığı katkıların gün ışığına çıkarılmasında büyük emeği bulunan Prof. Dr. Fuat Sezgin, İslam kültür ve medeniyetinin daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla yaptığı çalışmalar nedeniyle uluslararası çapta birçok ödüle layık görülmüştür.

Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ın imzasıyla Eylül 2018’de yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Genelgesiyle 2019 yılı Prof. Dr. Fuat Sezgin Yılı ilan edilmiştir. İslam kültür ve medeniyeti ile bilim ve teknoloji mirasının dünya medeniyetine yaptığı katkılar çerçevesinde Prof. Dr. Fuat Sezgin’i ve çalışmalarını ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak, bilim ve medeniyet tarihimizde öne çıkan bilim insanlarının hayatları, eserleri ve sonraki asırlara etkileri hakkında farkındalık oluşturmak amacıyla 2019 yılı boyunca etkinlikler planlanmış, bu çerçevede ülkemizdeki 81 ilin yanı sıra Avrupa ve Türk cumhuriyetlerini de kapsayan geniş bir coğrafyada toplam 900’e yakın etkinlik gerçekleştirilmiştir.

Biz de Anadolu Üniversitesi olarak Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi’nin sizlere sunulmuş olan sayısının, Cumhurbaşkanlığı 2019 Prof. Dr. Fuat Sezgin Yılı etkinlikleri çerçevesinde bu değerli ve örnek şahsiyete ithaf edilmesini uygun gördük. Bu suretle, Prof. Dr. Fuat Sezgin Hocamızın izinden giden tüm akademisyenlerimize bilimsel çalışmalarında başarılar diliyor, merhum Hocamızı bir kez daha rahmetle yâd ediyoruz...

Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI

REKTÖR

EDİTÖRÜN SUNUŞU

“Yetmiş yaşımdan sonra, çalışmamı, bir iki saat azalttım. Şimdi gene, 13-14 saat çalışmaya gayret ediyorum”... Bu sözlerin sahibi dünyaca ünlü bilim adamımız Fuat Sezgin'dir ve bu sözler nitelikli akademik çalışmaların temel sırrı olan azim ve çalışkanlığın önemini bize aktarmakta, dergimizin bu sayısında da çalışmaları bulunan çok sayıda genç akademisyenimize yol göstermektedir.

24 Ekim 1924'te Bitlis'te doğan Fuat SEZGİN, 1943-1951 yılları arasında İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Şarkiyat Araştırmaları Enstitüsü'nde bilimlerin temelini İslam bilimine dayandığı görüşünü savunan ünlü şarkiyatçı Hellmut Ritter'in yanında öğrenim görmüş ve bu alanda çalışmaya yönelmiştir. Arap ve Fars Filolojisi bölümünde “Buhari Tefsirinin Yazılı Kaynakları” adlı doktora tezini 1954'te tamamlamış ve aynı yıl İslam Araştırmaları Enstitüsü'nde doçent olmuş ve burada Zeki Velidi Togan ile çalışmıştır. 27 Mayıs 1960 askeri darbesi ile birlikte üniversiteden uzaklaştırılmış ve 147'likler diye bilinen akademisyenler arasına katılmıştır. Bu gelişme üzerine, 1961 yılında Almanya'ya giden Fuat Sezgin Frankfurt Üniversitesi'nde önce misafir doçent olarak dersler vermiş ve 1965 yılında da Frankfurt Üniversitesi'nde profesör olmuştur. Ağırlıklı olarak Arap-İslam kültür çevresinde tabii bilimler tarihi alanında çalışmış ve bu alanda 1965 yılında habilitasyon çalışması icra etmiştir. Arap-İslam edebiyatı tarihi çalışmasına Almanya'da da devam etmiş, şarkiyat çalışmaları için kaynak eser haline gelmiş olan 13 ciltlik eserinin ilk cildini 1967 son cildini ise 2000 yılında yayınlamıştır. Bu eser, İslam'ın ilk dönemiyle ilgili din, tarih, edebiyat, coğrafya ve haritacılığa kadar bütün ana ve yan bilim dallarını konu edinmektedir. Prof. Sezgin, Suudi Arabistan Kral Faysal Vakfı'nın İslamî İlimler Ödülünü 1978 yılında almış olup bu ödülü alan ilk kişidir. Fuat Sezgin, 1982 yılında Goethe Üniversitesi'ne bağlı Arap-İslam Bilimleri Tarihi Enstitüsü'nü ve 1983'de buranın müzesini kurmuş ve yöneticiliğini yapmıştır. Müzede, Müslüman bilginler tarafından yapılmış aletlerin, bilimsel araç ve gereçlerin yazılı kaynaklara dayalı olarak üretilmiş örnekleri bulunmaktadır. Fuat Sezgin'in İslam bilimler tarihinde eşsiz bir yere sahip olan çok sayıda çalışması ve bu çalışmaları ile almış olduğu ödülleri bulunmaktadır. Fuat Sezgin, medeniyetler tarihini İslam Medeniyetini görmezden gelerek yazmanın imkansız olduğunu bilim dünyasına kanıtlamıştır.

Prof. Dr. Mehmet Fuat Sezgin son yıllarını geçirdiği ve çalışmalarını sürdürdüğü İstanbul'da 30 Haziran 2018 tarihinde hayata veda etmiştir. Bir hadis-i şerif "alimler yeryüzünün kandilleridir" der. Fuat Sezgin bu kandillerden biri, hem de en güçlü ışık verenlerindedir. Azim ve insanî gücün sınırlarını zorlayan çalışkanlıkla geçirdiği ömrünü bilimsel çalışmalara adanmış olan ve "bilginin zevkine varıp okumak o kadar güzel ki, başlayınca sürüklüyor insanı" diyerek araştırmacıları akademik çalışmaların keyifli dünyasına davet eden Fuat Sezgin derin bir akademik saygıyı hak etmektedir. Dergimizin bu sayısını Cumhurbaşkanlığımızın 2019 yılı Prof. Dr. Fuat Sezgin Yılı etkinlikleri çerçevesinde değerli bilim adamımız Fuat SEZGİN'in kıymetli anısına ithafen yayınlıyoruz.

Ülkemizde daha nice Fuat SEZGİN'ler doğması ve yetişmesi ise en büyük temennimiz...

Saygılarımızla...

Prof. Dr. Bülent GÜNŞOY

EDİTÖR

İÇİNDEKİLER / CONTENT

MAKALELER / ARTICLES

Restoran Seçimi Kriterlerinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Mersin’de Bir Araştırma

The Effect of Restaurant Preference Criteria on Customer Loyalty: A Research in Mersin

Doç. Dr. Yılmaz Akgündüz - Doç. Dr. Gürkan Akdağ - Öğr. Gör. Uğurcan Metin 1-14

Geç Kapitalist Dönemde Başarı-Başarısızlık: Dizi Gerçekliği

Achievement-Failure in the Late Capitalist Period: Reality of Serial

Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan Akkoç 15-38

Yenilenebilir Enerji Kaynağı Kullanımının Çevre Kirliliği Üzerindeki Etkisinin Araştırılması: Sürekli Dalgacık Uyumu Modeli Yaklaşımı

Investigation of the Effect of Renewable Energy Resources on the Environment Pollution: Continuous Wavelet Coherence Model Approach

Öğr. Gör. Dr. Sevda Kuşkaya - Prof. Dr. Faik Bilgili 39-60

Sağlık Otelciliğinde Hizmet Kalitesinin Marka Performansı Üzerine Etkisi

The Effect of Service Quality on Brand Performance on Healthcare Hospitality Services

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem Unurlu 61-82

SWARA ve COPELAND Yöntemleri ile Global Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeylerinin Değerlendirilmesi

Assessment of the Importance Level of the Factors Affecting Global Supply Chain Management Through SWARA and COPELAND Methods

Dr. Öğr. Üyesi Serdar Yarıkaş - Cafiye Arslaner 83-104

Bağımsız Denetim Kapsamında İşletme Sürekliliği: Borsa İstanbul’da İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma

Business Continuity in the Scope of Independent Audit: A Research on Manufacturing Companies Operating in Borsa Istanbul

Doç. Dr. Serpil Senal - Ahmet Erkan 105-118

Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezlerine Dair Bibliyometrik Bir Analiz

A Bibliometric Analysis of the Master's Theses Dealing with Newspaper News

Arş. Gör. Mehmet Pelivan 119-148

Goebbels Liderliğinde Nazi Almanyası'nda Propaganda Sineması

The Propaganda Cinema under Goebbels' Leadership in The Nazi Germany

Caner Çakı - Mehmet Ali Gazi - Gül Çakı - Öğr. Gör. Dr. Fulya Almaz 149-164

İmalat İşletmelerinde Bilgi Yönetimi ile Performans Arasındaki İlişkide Sosyal Sermayenin Rolü

Social Capital Role in The Relationship Between Knowledge Management and Performance in Manufacturing Enterprises

Öğr. Gör. Dr. Celal Yılmaz 165-186

Dijital Aktivism: Change.org Kampanyaları Üzerine Bir Analiz

Digital Activism: An Analysis of Change.Org Campaigns in Turkey

Prof. Dr. Emet Gürel - Arş. Grv. Azra Nazlı 187-206

Zamanlararası Bütçe Kısıtı ve Türkiye’de Bütçe Açıklarının Sürdürülebilirliği

The Intertemporal Budget Constraint and the Sustainability of Budget Deficits In Turkey

Arş. Grv. Süleyman Kasal 207-221

2018 Yılında Uygulanan Sigorta Prim Teşvikleri Üzerine Düşünceler

Reflections on Insurance Premium Incentives in 2018

Doç. Dr. İlhan Oral 222-240

Tüketicinin Nesnelerin İnterneti Teknolojilerini Benimsemesi ve Bir Uygulama

Consumer’s Adoption of the Internet of Things Technologies and an Application

Prof. Dr. Celal Hakan Kağncıoğlu - Arş. Gör. Haldun Çolak 241-268

Gastronomi Turistlerinin Motivasyon Faktörlerinin İncelenmesi

Investigation of Motivation Factors of Gastronomy Tourists

Prof. Dr. Kenan Güllü – Arş. Gör. Burak Atasoy 269-280

Muhasebe Meslek Mensupları ile Vergi Mükelleflerinin Karşılaştıkları

Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Vergi Uyumuna İlişkin Bir İnceleme

The Problems Faced and Solution Proposals by Accounting

Professionals and Taxpayers: A Review on Tax Compliance

Arş. Gör. Dr. Aytül Bişgin - Dr. Öğr. Üyesi Sema Ünlüer - Prof. Dr. M. Erkan Üyümez 281-298

Katılımcı Bütçe Uygulamasının Etkinliği: Uşak İl Özel İdaresi Örneği

Effectiveness of Participatory Budget Implementation: The Case of Uşak Special Provincial Administration

Doç. Dr. Hatice Dayar - Mehmet Emin Uluten 299-320

Örgütsel Özdeşleşmenin İş Tatmini Üzerine Etkisinde İşe Adanmışlığın

Aracı Rolünün Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

A Research on Determination of the Mediation Role of Work Engagment in the Effect of Organizational Identification on Job Satisfaction

Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram 321-334



Restoran Seçimi Kriterlerinin Müşteri Sadakatine Etkisi: Mersin’de Bir Araştırma¹

The Effect of Restaurant Preference Criteria on Customer Loyalty: A Research in Mersin

Doç. Dr. Yılmaz Akgündüz² - Doç. Dr. Gürkan Akdağ³ - Öğr. Gör. Uğurcan Metin⁴

Başvuru Tarihi: 24.09.2018

Kabul Tarihi: 23.12.2019

Öz

Sadık müşteriler, restoranların rekabet gücünü pozitif olarak etkilemektedir. Bu araştırmanın amacı restoran seçim faktörlerini ve bu faktörlerin müşterilerin sadakatleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu kapsamda Müşteri Sadakat Ölçeği, Müşteri Restoran Seçim Ölçeği ve demografik sorulardan oluşan bir anket formu kolayda örnekleme yöntemi ile 6 Nisan – 5 Mayıs 2017 tarihleri arasında uygulanmış ve 387 adet geçerli anket toplanmıştır. Ölçeklerin geçerliliği keşfedici faktör analizi ile güvenilirlikleri ise Cronbach Alpha değerleri ile belirlenmiştir. Araştırma hipotezi çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Bulgular restoran seçim faktörlerinin restoran özellikleri, kolaylıklar, menü, servis, personel kalitesi, sipariş ve yiyeceklerden oluştuğunu göstermektedir. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre sadece restoran özellikleri ve kolaylıkların müşterilerin sadakati üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Restoran Seçimi, Müşteri Sadakati, Mersin

Abstract

Loyal customer has positive effect on the competition power of restaurants. The aim of this study is to determine the restaurant choosing factors and the effect of these factors on customer loyalty. In this context, a questionnaire form that consist of Customer Loyalty Scale, Customer Restaurant Preference Scale and demographic questions was applied between 6 April and 1 May 2017 with convenience sampling method and 387 valid questionnaire forms were obtained. The validity of the scales was determined by exploratory factor analysis and their reliability was determined by Cronbach Alpha values. Multiple regression analysis was applied to test the hypothesis. The findings indicate that the restaurant choosing factors were restaurant attributes, facilities, menu, staff quality, service, order and foods. According to results of this study, only restaurant attributes and facilities have positive effect on the customer loyalty.

Keywords: Restaurant Preference, Customer Loyalty, Mersin

¹ Bu çalışma Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında 2018 yılında, Doç. Dr. Yılmaz Akgündüz ve Doç. Dr. Gürkan Akdağ tarafından yürütülen "Restoran Seçimine Etki Eden Faktörlerin Müşterilerin Sadakatine Etkisi: Mersin'de Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Dokuz Eylül Üniversitesi, Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, yilmazakgunduz@hotmail.com,
ORCID: 0000-0001-8887-9280

³ Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, gurkanakdag@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-9819-9465

⁴ Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi, ucm_33@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3618-684X

Giriş

Günümüzde gelir düzeyinin yükselmesi, kadınların daha fazla iş hayatına dahil olması ve yiyecek-içecek sektörünün gelişmesi başta olmak üzere pek çok faktör insanların dışarıda beslenme eğilimlerini artırmıştır. Dışarıda beslenme eğiliminin artması, nerede yemek yenileceği sorusunu da beraberinde getirmiştir. İnsanlar nerede yemek yiyecekleri ile ilgili karar verirken içsel faktörler (kişilik, öğrenme, güdü, kültür, aile, sosyal sınıf gibi) ve dışsal faktörler (ekonomik durum, sosyo-kültürel yapı, teknoloji, hukuki yapı gibi) olmak üzere çeşitli faktörlerden etkilenmektedirler. İçsel faktörler tüketicilerin davranışında itici, dışsal faktörler ise çekici faktörler olarak kabul edilmektedir (Şen Demir ve Kozak, 2013). Bu faktörler insanların beklentilerini ve ihtiyaçlarını şekillendirmektedir. İhtiyaç ve beklentilerinin yeterli düzeyde karşılanması müşterilerin tatmin olmalarını sağlamakta ve böylelikle tekrar ziyaret etme, tavsiye etme ve sadakat gibi pozitif tutumları ortaya çıkarmaktadır (Çakıcı vd. 2019).

Bir işletmeye yönelik sadakat duygusuna sahip müşteri, işletme için sadık müşteri olarak nitelendirilmektedir. Sadık müşterilerin katlanmaları gereken fedakarlıklar artmasına rağmen, yine de aynı işletmeden mal veya hizmet almaya devam ettikleri için sadık müşteri yaratmak işletmelerin öncelikle amaçları arasında olması gerekir. Sadık müşteri, yarattığı rekabet gücü nedeniyle işletmenin bilançosunda görünmeyen varlık unsurları arasında kabul edilmektedir. Restoran sayısının artması insanların pek çok alternatifine sahip olmalarını sağlamaktadır. Bu alternatifler arasından tercih yaparken müşterilerin önem verdikleri ve restoran tercihlerini etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Restoranların hedef kitlelerini işletmeye çekebilmeleri için hedef kitlelerinin restoran tercihini etkileyen bu faktörleri belirlemeleri ve yeterli düzeyde karşılamaları gerekir. Böylelikle restoranların müşterilerini sadık müşteri haline getirmeleri mümkün olacaktır. Diğer bir ifadeyle restoran tercihini etkileyen faktörlerin tatmini sadık müşteri yaratmanın temel koşuludur. Bu araştırma ile restoran tercihini etkileyen faktörlerin neler olduğu ve bu faktörlerden hangi/hangilerinin restoran sadakati üzerindeki etkisinin bulunduğu belirlenmesi amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Restoran Seçimine Etki Eden Faktörler

Restoran işletmeleri, müşterilere rahat ve huzurlu bir şekilde yeme içme olanağı sunan, donatımı, yapısı, konforu ve bakımı gibi maddesel sosyal değeri ve hizmet kalitesi olan işletmelerdir (Olçay ve Akç, 2014. s.160). Restoran işletmeleri hizmet çeşitliliği ve müşteri profili gibi pek çok konuda farklılaşmaktadır (Zencir ve Akoğlan Kozak, 2014). Restoranlarda görülen bu farklılaşma beraberinde mutfak hizmet süreçlerinin ve servis hizmet süreçlerinin farklılaşmasını da beraberinde getirmektedir. Restoranlar hızlı yemek sunan restoranlar, geleneksel restoranlar, füzyon mutfağı, moleküler gastronomi ve yeşil restoranlar olarak farklılaşmaktadır (Zencir, 2017).

Restoran işletmelerinin sayısı hızla artmaktadır. Restoran ve müşteri sayısındaki bu hızlı artışın temelinde tüketici gelirindeki ve insanların iş yoğunluğundaki artış, kadınların daha fazla iş hayatına dahil olmaları, zaman tasarrufu, ekonomiklik, yenilik arayışı ve evde hazırlamaktan kaçınma gibi nedenler etkili olmuştur. Restoranlar hukuki olarak sınıflandırıldıkları gibi

konsept, hizmet çeşitliliği ve konumu gibi farklı özelliklerine bağlı olarak da sınıflandırılmaktadır.

Müşterilerin restoran tercihleri çok çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Auty'e (1992) göre, tüketicilerin restoran tercihlerindeki en önemli faktör yemek çeşitliliği, sonrasında ise sırayla fiyat, atmosfer ve konumdur. Clark ve Wood'un (1998) yaptığı araştırmada da tüketicilerin seçimlerinde yemek çeşitliliğinin en önemli faktör olduğu belirlenmiştir. Sulek ve Hensley (2004), restoranları çevresel bileşenler ve servis kalitesi ile kıyasladıklarında, müşteri memnuniyetinin en önemli unsurunun yiyecek kalitesi olduğunu belirlemişlerdir. Kivela vd. (1997), menü çeşitliliğinin restoran seçiminde tüketiciler için önemli bir faktör olduğunu vurgulamışlardır. Arıker (2012), restoran seçimini etkileyen faktörleri ambiyans, mutfak çeşidi, tercih edilen yemek, yemek saati, müzik, yemeğin kiminle yeneceği, çocuklarla ilgili faktörler, kıyafet ve son olarak restoranın konumu olmak üzere on başlıkta ifade etmiştir. Alonso vd. (2013), restoran seçimini etkileyen faktörlerle ilgili yaptıkları araştırmada fiyat, yer, menü seçimi, ürün ve yemek deneyimi faktörleri üzerinde durmuştur. Albayrak (2014), araştırmasında restoran özellikleri, yiyecek ve içecekler, hizmetler, parasal değerler olmak üzere dört faktöre odaklanmıştır. Restoran seçimini etkileyen unsurlar müşterilerin restoran seçim kriterlerine verdikleri öneme, restorana gitme amaçlarına (iş, eğlence, sosyalleşme, zaman geçirme gibi) ve kimlerle gittiğine (yalnız, iş arkadaşı ve ailesi gibi) bağlı olarak değişebilmektedir. Ayrıca kişilerin yaşı, geliri, cinsiyeti, medeni durumu, mesleği, sahip olduğu boş zaman, alternatiflerin bolluğu ya da sınırlılığı gibi pek çok faktör de restoran tercihleri ile ilgili verecekleri karar üzerinde etkili olmaktadır (Albayrak, 2014).

Müşteri Sadakati

Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik, benzer amaca hizmet eden mal ve hizmet üreten işletmelerin sayıları her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle işletmeler artan rekabet koşullarında rekabet avantajı sağlamak, böylece karlarını maksimize etmek ve imajlarını güçlendirmek için müşterilerini anlamaya özen göstermelidir (Albayrak, 2014, s.190). Müşterilerin ihtiyaç ve istekleri işletmeler tarafından doğru bir şekilde tespit edildiğinde ve karşılandığında müşteriler işletmeye sadık hale gelmeye başlamaktadır (Shomaker ve Lewis, 1999, s.345).

Literatürde birçok sadakat tanımı yer almaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK, 2018) sadakati en yalın anlamıyla 'içten bağlılık' olarak tanımlamıştır. Oliver (1999, s.34) sadakati, belirli bir mal veya hizmeti gelecekte tüketicinin satın alma olasılığı olarak ele almıştır. Müşteri sadakatının ise genel bir tanımı bulunmamaktadır. Ancak araştırmacılar kavrama farklı açılardan bakmışlar ve tanımlamaya çalışmışlardır (Demirel, 2007, s.60). Odabaşı (2004, s.17) müşteri sadakatini, müşterinin bir seçim hakkı olduğunda aynı mal ve hizmetten satın alma ya da benzer ihtiyaçlarına çözüm bulmak için her zamanki sıklıkla aynı işletmeyi tercih etme eğilimi, arzu ve eylemi şeklinde tanımlamaktadır. Müşteri açısından sadakat, mal ya da hizmetlere ilişkin olarak, bir ihtiyaca gereksinim duyulduğunda tüketicinin aynı üründen veya düzenli olarak aynı işletmeden satın alma eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Walters ve Bergeil, 1989, s.497). Müşteri sadakati müşteri koruma prensibine göre mevcut müşteriler için değer yaratılması ve

sunulmasıyla gerçekleşir (Bayuk ve Küçük, 2007, s.287). Bu araştırma kapsamında sadık müşteri, aynı işletmeden vazgeçmeyen, diğer tüketicilere tavsiye eden, diğer işletmelerin çekiciliğine rağmen tercih ettiği işletmeye bağlı kalabilen müşteri olarak tanımlanmış ve sınırlandırılmıştır.

Müşteri sadakati bilişsel, duygusal, niyetsel ve davranışsal sadakatten oluşan dört aşamalı bir süreçtir. Bilişsel sadakat müşterinin ürüne ilişkin fayda, maliyet ve kalite algısına bağlı olarak; duygusal sadakat ise birikimli tatmine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Niyetsel sadakat müşterinin satın almaya yönelik yüksek bağlılığını ifade etmektedir. Sürecin son aşaması olan davranışsal sadakatte ise müşteri işletmenin ürünlerini rakip işletmelerin ürünlerine tercih eder duruma gelmekte ve satın alma yapmaktadır (Oliver, 1997). İşletmeler müşterilerin tekrar satın alma davranışlarına bağlı olarak davranışsal sadakatlerini gözlemekte ve ölçmektedirler.

Araştırmanın Amacı

Restoranlarının sayısının gün geçtikçe artması hem işletmeler arasında yaşanan rekabeti hem de tüketicilerin tercih sürecindeki alternatiflerini arttırmıştır. Pek çok alternatif arasından tercih edilmek isteyen işletmelerin müşterileri için rakiplerinden daha fazla fayda ve değer yaratması beklenmektedir. Bunu sağlayabilmek için işletmelerin kuruluş öncesinden başlayarak tüm süreçlerini müşteri odaklı düzenlemeleri ve gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Müşteri odaklı olabilmek için ise öncelikle işletmelerin hedef kitlelerini belirlemeleri, hedef kitlelerinin ihtiyaç ve isteklerini doğru olarak anlamaları ve devamında bu istek ve ihtiyaçları karşılayacak mal ve hizmetleri istenilen yer, zaman, fiyat ve aracı ile sunmaları gerekmektedir.

Yeni müşteri kazanmanın giderek zorlaşması ve maliyetli hale gelmesi, yeni müşteri kazanmak yerine mevcut müşterileri sadık müşteri haline getirmek için işletmelerin daha fazla çaba harcamalarına neden olmuştur. Sadık müşterilerin fiyatlardaki artıştan daha az etkilenmesi, pek çok olumsuzluğu tolere etmesi ve işletme için gönüllü tanıtım elemanı gibi çalışması sadık müşteri sayısı ile işletmenin pazardaki gücü arasında yakın ilişkili olduğunun düşünülmesine neden olmaktadır. Bu nedenle müşteri sadakatinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ayrıca önem taşımaktadır. Restoranlar üzerine gerçekleştirilen bu araştırma ile hem insanların restoran tercihinde etkili olan faktörlerin hem de bu faktörlerin restoran sadakatlerini nasıl etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylelikle hem restoran seçim kriterleri belirlenerek bir durum tespitinin yapılması hem de geleceğe yönelik sadakatin ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerin tespit edilerek yöneticilerin ve potansiyel girişimcilerin karar verme süreçleri için bilgi sağlanması hedeflenmektedir.

Restoran işletmeleri (Yüksekbilgili, 2014; Albayrak, 2014; Cevizkaya, 2015) müşterilerin tercihini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik yapılmış araştırmalar vardır. Belirtilen bu araştırmalarda sadece müşterilerin tercihini etkileyen faktörler incelenmiştir. Mersin'de bulunan restoran müşterileri özelinde yapılan bu araştırmada ise hem restoran tercihini etkileyen faktörler hem de bu faktörlerin müşteri sadakati üzerindeki etkisi belirlenmiştir. Bu nedenle söz konusu araştırmanın restoran seçim kriterlerinin sadakat üzerindeki etkisini belirlemesi nedeniyle özgün olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmanın Hipotezi

Tüketicilerin mal ve hizmetlerle ilgili karar verme süreçlerini etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Restoran tercihi ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalarda (Sulek ve Hensley, 2004; Alonso vd. 2013; Albayrak, 2014; Cevizkaya, 2015) tüketicileri etkileyen sosyal, psikolojik, ekonomik ve işletme ilgili faktörler başta olmak üzere pek çok faktörün olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörlerin müşteriler üzerindeki etkisi zaman içerisinde değişmektedir. Tüketicilerin seçimini etkileyen bu faktörlerin işletmeler tarafından yeterli düzeyde sunulması halinde müşterilerin işletmeye yönelik gelecekteki tutumları olumlu olabilmektedir. Diğer bir ifadeyle müşterilerin restoran seçiminde önem verdiği unsurların karşılanması müşterilerin tatmin olmasını ve buna bağlı olarak tekrar ziyaret etme, satın alma, tavsiye etme ve bağlılık gibi tutumların ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Hyun (2010) çevresel koşullar ve restoran konumunun müşteri memnuniyetine etkisi olduğunu, bu etkinin de müşteri sadakati ile pozitif ilişkili olduğunu; Tunsi (2000) yemek kalitesinin müşteri sadakatini artırdığını saptamıştır. Yapılan açıklamalardan ve ampirik araştırmalardan yola çıkarak bu çalışmada müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörlerin sadakatlerini pozitif olarak etkileyeceği öngörülmektedir. Buna bağlı olarak H1 hipotezi önerilmiştir.

H1. Müşterilerin restoran seçimine etki eden faktörlerin müşteri sadakati üzerinde pozitif etkisi vardır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı, restoran seçimine etki eden faktörlerin müşterilerin sadakatine etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda Mersin il merkezinde faaliyet gösteren restoranların müşterilerine anket uygulanmıştır. Söz konusu ankette iki ölçek ve katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İlk ölçek Cevizkaya'nın (2015), Albayrak (2014) ve Özdemir'in (2010) çalışmalarından derleyerek kullandığı Restoran Seçimi Ölçeğidir. Söz konusu ölçek yiyecekler ve içecekler (6 madde), restoran özellikleri (9 madde), kolaylıklar (7 madde) ve personel kalitesi (7 madde) olmak üzere 4 boyut ve 29 maddeden oluşmaktadır. Cevizkaya (2015) faktör yapılarının bu halleri ile geçerli ve güvenilir oldukları varsayımı ile hareket etmiş ve farklılık testleri gerçekleştirmiştir. İkinci ölçek Duman ve Yağcı (2006), Arslan vd. (2008) tarafından geliştirilen Müşteri Sadakat Ölçeğidir. Ölçek Pektaş'ın (2009) çalışmasında kullandığı şekliyle kullanılmıştır. Ölçek altı maddeden ve bir boyuttan oluşmaktadır. Pektaş ölçeğin güvenilirliğini 0,857 olarak belirlemiştir.

Araştırmanın evrenini Mersin il merkezinde Kebapçılar ve Lokantacılar Odasına kayıtlı 350 restoranın müşterileri oluşturmaktadır. Net müşteri sayısına ulaşılamadığı için sınırsız evren formülü dikkate alınarak 384 asgari örneklem sayısına ulaşmak amaçlanmıştır (Ural ve Kılıç, 2006, s.56). Bu amaç doğrultusunda veriler, kolayda örnekleme yöntemi ile 6 Nisan – 5 Mayıs 2017 tarihleri arasında restoranlardan doğrudan araştırmacılar tarafından toplanmıştır. Yüz yüze gerçekleştirilen anket toplama süreci sonucunda toplamda 403 adet anket toplanmıştır. 16

anket eksik veya özensiz dolduruldukları için veri setinden çıkartılmıştır. Bu nedenle analizler 387 kullanılabilir anket üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Analizlerde ölçeklerin yapısal geçerliliklerini belirlemek için keşfedici faktör analizi uygulanmış, geçerli olduğu belirlenen yapıların güvenilirlikleri ise Cronbach Alpha değerleri esas alınarak tespit edilmiştir. Hipotez testi için çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Katılımcıların Özellikleri

Veri toplama süreci sonunda 387 geçerli anket elde edilmiştir. Katılımcıların %58'inin erkek (225 kişi) ve %42'sinin kadın (162 kişi) olduğu; % 57'sinin evli (221 kişi) ve %43'ünün bekar (166 kişi) olduğu; %41'inin lisans mezunu (160 kişi), %24'ünün lise mezunu (95 kişi), %15'inin ön lisans mezunu (58 kişi), %7'sinin lisansüstü mezunu (28 kişi), %13'ünün ise ortaokul mezunu (52 kişi) olduğu; %41'inin 36 yaş ve üstü (157 kişi), %41'inin 26-35 yaş arası (160 kişi), %18'inin ise 25 yaş ve altı (70 kişi) yaş kategorisinde olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların %23'ünün (50 kişi) çocuk sahibi olmadığı, %25'inin (56 kişi) 1 çocuğu olduğu, %33'ünün (72 kişi) 2 çocuğu olduğu, %16'sının (35 kişi) 3 çocuğu olduğu ve %3'ünün (8 kişi) 4 ve üzeri çocuk sahibi olduğu; %58'inin (224 kişi) 2001 ₺ ve üzeri gelire sahip olduğu, %22'sinin (84 kişi) 1301-2000 ₺ arasında gelire sahip olduğu ve %20'sinin (77 kişi) 1300 ₺ ve altı gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların % 43'ü (166 kişi) ayda 1 veya 2 kez, %33'ü (129 kişi) ayda 3 ile 5 kez, %24'ü (92 kişi) ayda 6 veya daha fazla restorana gittikleri belirlenmiştir. Katılımcılara ait bilgiler Tablo 1' de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleri

	n	%		n	%
Cinsiyet			Eğitim Durum		
Erkek	225	58	Ortaokul	52	13
Kadın	162	42	Lise	95	24
Medeni Durum			Ön lisans	58	15
Evli	221	57	Lisans	160	41
Bekar	166	43	Lisansüstü	28	7
Çocuk Sayısı			Gelir Düzeyi		
0	50	23	1300 ve altı	77	20
1	56	25	1301-2000	84	22
2	72	33	2001 ve üzeri	224	58
3	35	16	Aylık Restorana Gitme Sıklığı		
4 ve üzeri	8	3	1-2 defa	166	43
Yaş			3-5 defa	129	33
25 yaş ve altı	70	18	6 defa ve üzeri	92	24
26-35	160	41			
36 ve üzeri	157	41			

Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Ankette yer alan restoran seçimi ölçeğinin yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Verilerin faktör analizine uygunluğunu saptamak amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik testi sonuçları esas alınmıştır (Hair vd., 2010). Faktör sayısının tespitinde özdeğerlerin birden büyük olmasına, madde yüklerinin en az

0,40 olmasına, her faktörün en az üç maddeden oluşmasına dikkat edilmiş ve boyutlar arasında ilişki arandığı için Direct Oblimin döndürme metodu kullanılmasına karar verilmiştir (Field, 2009).

İlk keşfedici faktör analizi Restoran Seçim Ölçeğine uygulanmıştır. Yapılan ilk faktör analizinde “Restoran Isısı”, “İnternet Erişimi”, “Restoranın Müziği”, “Sakinlik”, “Ödeme Kolaylığı”, “Yiyeceklerin Besin İçeriği” ve “Tazelik” maddelerinin eşkökenlilik değerleri 0,50’nin altında belirlendiği için analizlerden çıkarılmıştır. Tekrarlanan analizde KMO değeri 0,89, Bartlett Küresellik değeri 3369,119 ($p < 0,001$) ve anlamlı olarak belirlenmiştir. Bu değerler veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca Tablo 2’de görüldüğü üzere en küçük eşkökenlilik değerine sahip madde 0,542 ile “Park Yeri Olanığı”, en yüksek eşkökenlilik değerine sahip madde ise 0,817 ile “Çocuk Menüsüdür”. Böylece 22 ifade ile faktör analizinin tekrar edilmesine karar verilmiştir.

Yapılan faktör analizi sonucunda restoran seçimini etkileyen 22 maddenin yer aldığı altı faktör ortaya çıkmıştır. Bu altı faktör toplam varyansın yaklaşık %65’ini açıklamıştır. Birinci faktör beş maddeden oluşmakta toplam varyansın yaklaşık %16’sını açıklamaktadır. Bu faktörde yer alan maddeler restoran yeri, manzarası ve atmosferi gibi restoranın fiziksel özellikleri ile ilgilidir. Bu nedenle faktör “Restoran Özellikleri” olarak isimlendirilmiştir. Faktördeki maddelerin faktör yükleri 0,771 ile 0,684 arasında, eşkökenlilik değerleri 0,712 ile 0,619 arasında değişmektedir. Faktörün ortalaması 3,9682’dir.

Oluşan ikinci faktör toplam varyansın yaklaşık %13’ünü açıklamaktadır. Bu faktördeki maddeler çocuk menüsü, engelli hizmeti ve park yeri olanağı gibi restoranın sunduğu kolaylıklarla ilgilidir. Bu nedenle faktöre “Kolaylıklar” adı verilmiştir. Faktördeki maddelerin faktör yükleri 0,839 ile 0,537 arasında, eşkökenlilik değerleri 0,817 ile 0,542 arasında değişmekte olup; faktörün ortalaması 3,8904 olarak belirlenmiştir.

Analiz sonucunda ortaya çıkan ve üç maddeden oluşan üçüncü faktör toplam varyansın yaklaşık %10’unu açıklamaktadır. Faktörde yer alan maddeler restorandaki servis ile ilgili olduğu için faktör “Servis” olarak isimlendirilmiştir. En yüksek faktör yükü 0,791 olarak ve en düşük eşkökenlilik değeri 0,540 olarak tespit edilmiştir. Faktörün ortalaması 4,3766’dir.

Üç maddeden oluşan dördüncü faktör toplam varyansın yaklaşık %10’unu açıklamaktadır. Faktörde bir araya gelen maddeler sipariş ve yiyecek ile ilgili olduğu için faktöre “Sipariş ve Yiyecekler” ismi verilmiştir. Faktördeki maddelerin faktör yükleri 0,764 ile 0,645 arasında, eşkökenlilik değerleri ise 0,652 ile 0,642 arasında değişmekte olup faktörün ortalaması 4,7546’dır.

Beşinci faktör toplam varyansın yaklaşık %9’unu açıklamaktadır. Faktörün ortalaması 4,4746 olarak belirlenmiştir. Faktördeki maddeler menü ile ilgili olduğu için faktöre “Menü” ismi verilmiştir. Faktördeki maddelerin faktör yükleri 0,738 ile 0,649 arasında, eşkökenlilik değerleri ise 0,659 ile 0,580 arasında değişmektedir.

Son faktör üç maddeden oluşmakta ve toplam varyansın yaklaşık %9'unu açıklamaktadır. Faktördeki maddeler restoran çalışanları ile ilgilidir. Bu nedenle faktöre Personel Kalitesi ismi verilmiştir. Faktördeki maddelerin faktör yükleri 0,802 ile 0,468 arasında, eşkökenlilik değerleri 0,798 ile 0,566 arasında değişmekte olup, faktörün ortalaması 4,5639'dur.

Tablo 2. Restoran Seçim Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlik Testi Sonuçları

	Eşkökenlilik	Faktör Yüğü	Öz değer	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
Restoran Özellikleri			3,496	15,889	3,9682	,869
Restoranın yeri	,697	,771			3,9615	
Restoran manzarası	,676	,767			3,9341	
Restoran dekorunun uyumu	,667	,750			3,8297	
Restoranın atmosferi	,712	,708			4,1538	
Oturma ortamının ergonomik olması	,619	,684			4,0385	
Kolaylıklar			2,838	12,902	3,8904	,808
Çocuk menüsü	,817	,839			3,7473	
Çocuk bakım hizmetleri	,788	,820			3,8489	
Engelli hizmeti	,569	,651			4,3791	
Park yeri olanağı	,542	,588			4,1868	
Vejetaryen menü	,575	,537			3,2527	
Servis			2,106	9,571	4,3766	,710
Servis hızı	,687	,791			4,4148	
Servis standardı	,694	,762			4,3462	
Çalışanların bilgisi	,540	,473			4,3956	
Sipariş ve Yiyecekler			2,092	9,508	4,7546	,604
Restoranın temizliği	,652	,764			4,7308	
Siparişin istendiğı gibi olması	,572	,652			4,7005	
Yiyeceklerin lezzeti	,642	,645			4,8434	
Menü			1,969	8,948	4,4746	,660
Menü çeşitliliğı	,659	,738			4,4011	
Yiyeceklerin sunumu	,576	,707			4,5000	
Menü anlaşılabilirliğı	,580	,649			4,5027	
Personel Kalitesi			1,881	8,550	4,5639	,734
Çalışanların yardımseverliğı	,752	,802			4,4176	
Çalışanların davranışları	,798	,792			4,6429	
Çalışanların nazik olması	,566	,468			4,6648	

KMO= 0,892 Bartlett Küresellik Testi =3369,119 df=231 Sig.= 0,000
 Toplam Açıklanan Varyans=%65,369 Ölçeğin Tamamı İçin Genel Güvenirlik Katsayısı= 0,898
 Genel Ortalama=4,2679 F=115,151 Sig.= 0,000 Madde Sayısı=22
 Yanıt Kategorileri: 1-Hiç Önemli Değil 5-Çok Önemli

Ölçeğin güvenirliliğı Cronbach Alpha değerlerine bağlı olarak değerlendirilmiştir. Restoran özellikleri boyutunun Alpha değeri 0,869, kolaylıklar boyutunun 0,808, servis boyutunun 0,710, personel kalitesi boyutunun 0,734, menü boyutunun 0,660, sipariş ve yiyecek boyutunun 0,604, menü olarak belirlenmiştir. Ölçeğin genel güvenirliliğı ise 0,898'dir. Bu değerlerin en az 0,60'ün üzerinde olması ölçeğin bir bütün olarak güvenilir olduğunu göstermektedir (Nunnally, 1978).

Sadakat ölçeğine uygulanan keşfedici faktör analizi sonucunda KMO 0,784; Bartlett Küresellik Testi 1094,806 (p<0,001) olarak belirlenmiştir. Bu değerler veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Faktör analizinde ölçeğin altı maddesinin özdeğeri 1'den büyük bir faktörde toplandıkları belirlenmiştir. Faktör toplam varyansın %57,669'unu açıklamaktadır. Faktörde yer alan maddelerin faktör yükleri 0,826 ile 0,707 arasında, eşkökenlilik değerleri 0,682 ile 0,500 arasında değişmektedir. Ölçeğin genel ortalaması 3,6017 olarak tespit edilmiştir.

Ayrıca geçerli olduğu belirlenen ölçeğin alfa değeri 0,844 olarak bulgulanmıştır. Bu değerler Müşteri Sadakat Ölçeğinin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Sadakat Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

	Eşkökenlilik	Faktör Yüğü	Öz değęer	Açıklanan Varyans	Ortalama
Sadakat			3,460	57,669	3,6017
Bu restoranda yemek yemeğe devam ettirmekte kararlıyım.	,682	,826			
Ne olursa olsun bu restorani değiştirmem.	,669	,818			
Bu restoranın fiyatları artsa da gelmeye devam ederim.	,563	,750			
Bu restoranla ilgili kötü bir deneyim yaşarsam da güvenimi kaybetmem	,537	,733			
Bu restoranda kendimi mutlu ve iyi hissediyorum	,510	,714			
Restorani arkadaş ve akrabalarımaya tavsiye ederim	,500	,707			
KMO= 0,785 Bartlett Küresellik Testi =1109,414 df=15 Sig.= 0,000					
Toplam Açıklanan Varyans=%57,669 Ölçeğin Tamamı İçin Genel Güvenirlik Katsayısı= 0,884					
Genel Ortalama=3,6017 F=145,867 Sig.= 0,000 Madde Sayısı=6					
Yanıt Kategorileri: 1-Kesinlikle Katılmıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum					

Bağımlı değişken olan restoran sadakatinin bağımsız değişken olarak kabul edilen restoran tercih faktörleri tarafından nasıl etkilendiğini belirlemek için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 4'de özetlenmiştir. Tablo regresyon modelinin anlamlı olduğunu göstermektedir (F=18,006 p<0,001). VIF değerlerinin 1,367 ile 1,885 arasında ve CI değerlerinin 13,897 ile 47,559 arasında değişmesi çoklu bağlantı probleminin olmadığını; modelin Durbin-Watson (D-W) değerinin 1,715 olması ise oto korelasyon probleminin olmadığını göstermektedir.

Restoran özellikleri, kolaylıklar, servis, sipariş ve yiyecek, menü, personel kalitesi değişkenlerinden oluşan model restoran sadakatinin %22'sini açıklamaktadır. Restoran seçim faktörleri arasında yer alan restoran özellikleri ($\beta=,275$) ve kolaylıklar ($\beta=,214$) katılımcıların restoran sadakatlerini anlamlı ve pozitif olarak etkilemektedir. Restoran seçim faktörleri arasında yer alan servis, sipariş ve yiyecek, menü ve personel kalitesi ise katılımcıların restoran sadakatini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Bu nedenle H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. Restoran Tercih Faktörlerinin Sadakat Üzerindeki Etkisine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

	Standartlaştırılmamış		Standartlaştırılmış		CI	VIF	t	Sig.
	Katsayılar β	St. Hata	Katsayılar β					
Sabit	1,276	,528					2,415	,016
Restoran Özellikleri	,275	,073	,235		13,897	1,885	3,789	,000
Kolaylıklar	,214	,055	,227		22,298	1,637	3,915	,000
Servis	,151	,092	,096		28,539	1,690	1,636	,103
Sipariş ve Yiyecek	-,116	,115	-,053		33,058	1,367	-1,006	,315
Menü	,020	,091	,012		36,275	1,384	,220	,826
Personel	,045	,095	,027		47,559	1,522	,479	,632

R=,471 R²=,221 Δ R²=,209 F=18,006 Sig.=,000 D-W=1,715

Sonuç ve Öneriler

İnsanların karar verme sürecinde tercihlerini etkileyen rasyonel ve irrasyonel pek çok faktör vardır. Bu araştırmada insanların restoran tercihlerini etkileyen faktörler belirlenmiş ve bu faktörlerin restorana yönelik sadakatlerine olan etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçları müşterilerin restoran seçiminde restoran özellikleri, kolaylıklar, servis, menü, personel kalitesi, sipariş ve yiyecekler olmak üzere altı faktörün etkili olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, müşterilerin restoran seçimlerinde personel kalitesi, yiyecekler, restoran özellikleri ve kolaylıklar faktörlerinin etkili olduğunu belirleyen Alonso vd. (2013), Sulek ve Hensley (2014) ve Albayrak (2014) tarafından yapılan çalışmalarla örtüşmektedir.

Restoran tercihlerini belirlemek için yararlanılan ölçme aracı Cevizkaya (2015) tarafından yapılan araştırmadan alınmıştır. Fakat Cevizkaya'nın ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik değerlerine araştırmasında yer vermemiştir. Bu nedenle ölçeğin orijinaline ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik değerleri ile bu araştırmanın sonucunda ulaşılan değerler karşılaştırılamamıştır. Bu kapsamda yapılan bu araştırmanın restoran tercihleri ölçeğinin geçerliliğini ve güvenilirliğini ampirik olarak test etmesi nedeniyle literatüre ayrıca katkıda bulunmaktadır.

Restoranların tercih edilmesinde restoran özellikleri, kolaylıklar, servis, personel kalitesi, menü, sipariş ve yiyeceklerin etkili olduğu bu araştırmada belirlenmiştir. Müşterilerin tercih ettiği bir restoran olmak rekabetin bu kadar şiddetli olduğu yiyecek-içecek sektöründe oldukça önemlidir. Fakat bir defa tercih edilen işletme olmanın ötesinde söz konusu ihtiyaç ortaya çıktığında devamlı tercih edilebilir olmak daha da önemlidir. Bu nedenle müşterilerin restoran tercihinde etkili olan faktörler içerisinde sadakatleri üzerinde etkili olan faktörlere daha fazla odaklanmak kaynakların etkin kullanımı sağlayacaktır.

Araştırma bulguları, restoran tercihinin etkileyen faktörler arasında restoran müşterilerinin sadakatlerini sadece restoran özelliklerinin ve kolaylıkların artırdığını göstermektedir. Hem restoranın özellikleri hem de sunulan kolaylıklar hedef kitle için işletmenin sahip olduğu çekicilik unsurları olarak kabul edilmektedir. Müşterilerin sadık müşteri olmasında restoranın yeri ve manzarası, dekoru, atmosferi gibi restoran özelliklerinin etkili olması işletmenin kuruluş yeri seçiminin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Restoranların müşteriler için hem ulaşılabilir olması hem de tercih edilmesinde konumları oldukça önemli olduğu için yanlış bir

noktada kurulan restoranın taşınması veya kapatılması katlanılması gereken yüksek maliyetleri de beraberinde getirecektir. Bu nedenle girişimcilerin yatırım kararı verirken kısa vadeli bir bakış açısıyla sadece maliyete odaklanmak yerine hedef kitleleri için tercih edilir bir kuruluş yeri tercih etmeleri gerekmektedir. Ayrıca çocuk menüsü, çocuk bakım birimi, engellilere yönelik hizmetlerin olması, park yeri imkanları, vejetaryen menüsünün bulunması da müşterilerin restorana yönelik pozitif tutumlarının güçlenmesini sağlamaktadır. Bu nedenle tercih edilen kuruluş yerinde müşterilere araç park imkanının sunulması, engellilere rahatlıkla hareket edebilecekleri fiziksel kolaylıkların sağlanması, hizmet birimlerinde çocuklu aileler için çocuk menüsü ve çocuk bakım hizmetlerinin sunulması da müşterilerin sadık hale gelmesinde oldukça etkili olmaktadır.

Restoranın özellikleri, sunulacak hizmete ilişkin fiziksel kanıtlardır. Bu nedenle restoranın hizmet kalitesine, müşteri kitlesine ve yiyecek-içecek fiyatlarına yönelik beklentilerin oluşmasında müşterilere sunulan fiziksel kanıtlar etkili olmaktadır (Demiral ve Özel, 2016). Restoranların sunduğu fiziksel kanıtlara bağlı olarak müşterilerin beklentileri oluşmakta ve alınan hizmet ile beklentinin karşılanması durumunda tatmin, karşılanmaması durumunda ise tatminsizlik oluşmaktadır (Cakici vd., 2019). Bu nedenle restoranın fiziksel özellikleri olarak ifade edilen fiziksel kanıtlar müşterilerin tekrar ziyaret etme/satın alma ve tavsiye etme gibi davranışsal niyetleri üzerinde etkili olmaktadır.

Hizmet bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Yani sadece restoran özelliklerinin veya kolaylıkların yeterli olmasına rağmen diğer faktörlerin (menü, yiyeceklerin lezzeti, menü, personel kalitesi) yetersiz olması genel olarak müşterilerin restorani olumlu olarak değerlendirmeleri için yeterli olmayabilir. Bunun nedeni restoran tercihini etkileyen faktörlerin her birinin farklı önem düzeyine sahip olmasıdır. Müşterilerin bakış açısıyla değerlendirildiğinde menü, sipariş, personel kalitesi, yiyecek ve servisin restoran işletmelerinin sahip olması gereken temel unsurlar arasında yer aldığı söylenebilir. Diğer bir ifadeyle restoran işletmeleri için siparişin istenildiği gibi gelmesi, personelin yardımsever ve nazik olması, servis standardının belirli bir düzeyde olması zaten olması gerekir. Bir restoranda bunlar yeterli düzeyde olduğu için müşterilerin bu restorana sadık müşteri olması beklenmemelidir. Sonuç olarak sadık müşteri yaratmak isteyen restoran yöneticilerinin restoran seçiminde etkili olan tüm faktörleri belirli bir düzeyde sağlamalarının yanında restoran özellikleri ve kolaylıklara ayrıca önem vermeleri gerektiğini söylemek mümkündür.

Sunulan hizmetin kalitesi ve prestiji üzerindeki etkileri nedeniyle müşterilerin restoran tercihlerini restoran çalışanları da etkilemektedir. Bu nedenle restoran işletmelerinin çalışanlar özelinde ortaya çıkan pek çok sorunla baş etmeleri gerekmektedir. Özel günlerde çalışmaları, işin sosyal faaliyetlere katılımı engellemesi, iş yükü yoğunluğu, çalışma süresinin uzunluğu, terfi alma olanağının sınırlı olması, karar alma süreçlerinin dışında tutulmaları, işin aile yaşamını olumsuz olarak etkilemesi, ücret düzeyi ve sağlıklı çalışma ortamı çalışanlar özelinde ortaya çıkabilecek sorunlardan bazılarıdır (Sarıışık ve Özbay, 2017). Bu sorunların çözülmesi çalışanların motivasyonlarını ve iş tatminlerini yükseltecektir. Dolayısıyla bu restoranlar, hizmet kalitesine önem veren müşteriler tarafından daha fazla tercih edilir hale gelecektir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın en önemli sınırlılığı alan araştırmasında homojen bir müşteri kitlesine ulaşamamış olmasıdır. Bu nedenle elde edilen sonuçları müşteri veya restoran özelinde genellemek mümkün değildir. Bu nedenle araştırma sonuçları ve getirilen öneriler araştırmaya katılımcıları ile sınırlı tutulmuştur. Yapılacak çalışmalarda 1. Sınıf restoranlar veya konsept restoranların (Çin/Japon restoranı gibi) tercih edilmesi, bölge kotası yapılması araştırma bulguların genelleme yapılmasını sağlayacaktır. Bu çalışmada restoran seçim faktörleri ile ilgili olarak sadece restoran özellikleri, personel kalitesi, yiyecekler ve kolaylıklar faktöründen oluşmaktadır. Bu nedenle restoran seçimini etkileyen diğer faktörlere bu çalışmada yer verilmemiştir. Yapılacak çalışmalarda fiyat, eğlence, sosyalleşme gibi konulara yönelik madde/faktör veri toplama aracına eklenebilir.

Kaynakça

- Albayrak, A. (2014). Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 190-201.
- Alonso, A.D., O'neil, M., Liu, Y. & O'shea, M. (2013). Factor Driving Consumer Restaurant Choice: An Exploratory Study From the Southeastern United. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(5), 547-567.
- Arıker, Ç. (2012). Tüketicilerin Restoran Seçiminde Kullandıkları Seçim Kriterleri Arasındaki İlişki. *Öneri Dergisi*, 10(38), 11-31.
- Auty, S. (1992). Consumer Choice and Segmentation in The Restaurant Industry. *The Service Industries Journal*, 12(3), 324-339.
- Bayuk, N. & Küçük, F. (2007). Müşteri Tatmini Ve Müşteri Sadakati İlişkisi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 12(1), 285-292.
- Cakici, A.C., Akgunduz, Y. & Yildirim, O. (2019). The Impact of Perceived Price Justice and Satisfaction on Loyalty: The Mediating Effect of Revisit Intention. *Tourism Review*, 74(3), 443-462.
- Cevizkaya, G. (2015). *Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Etme Nedenleri: İstanbul'da Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Clark, M.A. & Wood, R. C. (1998). Consumer Loyalty in the Restaurant Industry- Apreliminary Exploration of the Issues. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(4), 139-144.

- Demirel, Y. (2007). Türk Bankacılık Sektöründeki İlişkiler Yönetimi'nin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 56-81.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. Los Angeles: Sage.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Hyun, S. S. (2010). Predictors of Relationship Quality and Loyalty in the Chain Restaurant Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 251-267.
- Kivela, J.J. (1997). Restaurant Marketing: Selection and Segmentation in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(3), 116-123.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2. Baskı, NY: McGraw-Hill.
- Odabaşı, Y. (2004). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. İstanbul: Sistem.
- Olçay, A. & Akçi, Y. (2014). Adıyaman ve Gaziantep'te Yaşayan İnsanların Fast Food İşletmelerini Tercih Nedenlerinin Faktörler İtibarıyla Ortaya Konmasına Yönelik Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 24, 158-181.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: Irwin/The McGraw-Hill Companies.
- Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing*, 63, 33-34.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kurumsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- Pektaş, G.Ö.E. (2009). *Mağaza Özellikleri Açısından Tüketicilerin Mağaza Sadakat Düzeyinin Belirlenmesi ve Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sarıışık, M., Özbay, G. (2010). Temel Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri. Sarıışık, M., Çavuş, Ş. ve Karamustafa, K. (Ed.), *Profesyonel Restoran Yönetimi İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar* içinde (337-352). Ankara: Detay.
- Shomaker S. & Levis. Y.L. (1999). Customer Loyalty: The Future of Hospitality Marketing. *Hospitality Management*, 18, 345-370.
- Sulek, J.M. & Hensley, R.L. (2004). The Relative Importance of Food, Atmosphere, and Fairness of Wait. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235-247.

- Şen Demir, Ş. & Kozak, M. (2013). *Tüketici Davranışları*. Ankara: Detay.
- Tunsi, A. (2000). Factors Associated With Customer Loyalty For International Dining Restaurants Located in Jeddah, Saudi Arabia. (Yayımlanmamış doktora tezi), Ohio State University, Ohio.
- Ural, A. & Kılıç, G. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay.
- Walters, G. & Bergeil. B.J. (1989). *Consumer Behaviour. A Decision Making Approach*. Ohio: South - Western Publishing Co.
- Yüksekbilgili, Z. (2014). Restoran Seçim Ölçütleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 9(36), 6353-6360.
- Zencir, E. & Akoğlan Kozak, M. (2014). Birinci Sınıf Restoranların Kurumsallaşma Durumu Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(1), 6-20.
- Zencir, E. (2017). *Restoran Yönetimi Kavramlar ve Süreçler*. Meryem Akoğlan Kozak (Ed.). Ankara: Detay.



Geç Kapitalist Dönemde Başarı-Başarısızlık: Dizi Gerçekliği¹

Achievement-Failure in the Late Capitalist Period: Reality of Serial

Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan Akkoç²

Başvuru Tarihi: 16.09.2018

Kabul Tarihi: 23.12.2019

Öz

Bu çalışmayla başarı ve başarısızlığın toplumsal boyutlarını tartışmak amaçlanmaktadır. Geç kapitalist dönemde, modern ilişkiler sistemi içinde insanlar toplumsal ve toplumlar arası koşullardan büyük oranda etkilenmektedirler. Özellikle de geç kapitalist dönemde küresel, toplumsal, iktisadi ve kültürel unsurlardan insanlar büyük ölçüde etkilenmektedirler. Pek çok şey gibi, kişisel başarı-başarısızlık da toplumsal koşullarla yakından ilişkilidir. Bir diğer açıdan da başarı, toplum tarafından insanlara atfedilen bir sıfattır. Başarı hem toplumda kazanılan bir şeydir, hem de bireysel koşulların ürünü olmanın yanında toplumsal koşullarla da ilişkilidir. Bunun yanında, geç kapitalist dönemin başarı algısı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda televizyon dizilerinde aktarılan başarı algısını incelemek amaçlanmıştır. Çalışmanın kapsamı, bir televizyon dizisinde yer alan başarı sunumunun incelenmesi ve bunun yanında geç kapitalist koşullarda başarının toplumsal koşullar ile ilişkisi üzerine olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyoloji, Geç Kapitalizm, Modernizm, Başarı, Başarı-Başarısızlık, Televizyon Dizileri

Abstract

Through this study, it is aimed to discuss social dimensions of achievement and failure. People are affected from social and inter-social conditions on a large scale in the system of modern relationships in the late capitalist period. Especially, in the late capitalist period individuals are affected great degree from global, social, economic and cultural forms. Like other things, Individual achievement and failure is also related closely with social conditions. On the other hand, achievement is a title attributed to individuals by society. Achievement is a thing both gaining in the society, and is a related with social conditions besides being product of individual conditions. In addition, it is taken into consideration the achievement perception of late capitalist period. In this context, it is aimed to examine the achievement perception which is reflected in the tv serials. The extent of the study is to analyse the presentation of achievement in a tv serial and relationship with social conditions of the achievement in late capitalist process.

Keywords: Sociology, Late Capitalism, Modernizm, Achievement, Achievement-Failure, Tv Serials

¹ Bu çalışma, 9-11 Nisan 2018 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleşen 1st International Congress on New Horizons in Education and Social Science (ICES-2018) isimli kongrede bildiri olarak sunulmuştur.

² Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, aslhankoc@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1827-4339

Giriş

Bu çalışmada televizyon dizilerinde, başarıya ulaşmada bireylerin şartlarının nasıl tanımlandığı ve bu durumun geç kapitalist koşullarla ilişkisi üzerinde durmak amaçlanmıştır. Diziler, gerçek ve kurgu karışımı yansıttıkları yaşam düzeni içinde başarı ve başarısızlık hakkında neler ortaya koymaktadırlar? Çalışmada başarı ve başarısızlık kavramının ele alınması ve dizinin incelenmesi sosyolojik bir perspektiften olacaktır. Sosyolojik bir ele alış ile geç kapitalist koşullar ve bu koşulların ortaya çıkardığı başarı algısını tartışmak amaçlanmaktadır.

Bu çalışmayı gerçekleştirirken neden televizyon dizilerini ele alma ihtiyacı duyulduğundan bahsetmek gerekmektedir. Medya insanların en yoğun olarak ilgilendikleri ve özellikle ilişki içine girdikleri sosyal alanları oluşturmaktadır. Yeni medya unsurlarının katkıları ve etkileriyle diziler halen toplumda takip edilme bakımından cezbedici bir zaman geçirme türü olmayı sürdürmektedirler. Bu nedenle, toplumda televizyon dizileri önemli ölçüde insana ulaşabilen bir özelliğe sahiptir. Bu çalışma ile amaçlanan, bir televizyon dizisinden hareketle, geç kapitalist dönemde **başarı ve başarısızlığın** nasıl yansıtıldığına dair bir ele alış biçimi ortaya koymaktır.

Türkiye’de televizyon dizilerinin farklı kavramlar ve konular üzerinden ele alınması ve incelenmesi mümkündür. Bu konuda pek çok örnek söz konusudur. Türkiye’de televizyon kültürünün gelişiminin, farklı dizi türlerinin incelendiği ve izleyici araştırmalarının yapıldığı Aydan Özsoy’un (2011) *Televizyon ve İzleyici: Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici* adlı çalışmasından bahsedilebilir. Televizyon dizilerinin incelenmesinde farklı kimlikler temelinde meseleye bakılarak dizilerin ele alındığı çalışmalar da mevcuttur. Ece Ünür’ün (2015) *Yerli Dizilerdeki Kimlik Kalıpları* adlı çalışması bu konuda ifade edilebilir. Bunun yanında, dizi analizi açısından farklı yöntemler kullanılarak yayınlanan makaleler söz konusudur. Levent Doyuran’ın (2018) *Medyatik Bir Çalışma Alanı Olarak Eleştirel Söylem Çözümlemesi (Televizyon Dizileri Örneğinde)*, E. Gülbuğ Erol’un (2009) *Asmalı Konak Dizisi ve Filmi Üzerine Anlatı Kuramı Açısından Bir Değerlendirme*, Özge Güven Akdoğan’ın (2019) *Kadınların Finansal Okuryazarlığı ve Finansal Becerileri Üzerine Bir Yerli Dizi Analizi*, Hacı Özdemir’in (2018) *Türkiye’de Yerli Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Kadının Sunumu: Aşk-ı Roman Örneği*, Emel Kökpınar Kaya’nın (2017) *Dilsel Kod ve Gösterge Arayüzünde ‘Zengin’ ve ‘Fakir’ İnşası: Bir Yerli Televizyon Dizisinin Eleştirel Söylem Çözümlemesi* adlı çalışmalardan bahsedilebilir. Televizyon dizi analizlerinde ele alınan konular yaygın olarak farklı kimlikler temelinde yapılan analizler, geleneksel özelliklerle modern alışkanlıkların bir araya gelmesinin değerlendirilmesi, cinsiyetçi bakış açısının ve kadının dizilerde nasıl sunulduğunun ele alınması, farklı kimlikler olarak zengin ve fakir kimliklerinin inşasının ele alınması gibi çeşitli konularda ağırlık kazandığı görülmektedir. Televizyon dizi analizlerinde konu olarak **başarı** kavramı üzerinden bir ele alış, inceleme ve dönemin kapitalist toplumsal koşullarıyla ilişkilendirilerek başarının anlamlandırılması bağlamında yazında bir boşluk olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın özgün yanı, inceleme konusu olarak televizyon dizilerinde başarının nasıl sunulduğunun incelenmesinden ve başarı sunumundan yararlanarak dönemin küresel, geç kapitalist ilişkileri içinde kişisel başarı-başarısızlığın nasıl anlamlandırılabileceğini ortaya koymasından kaynaklanmaktadır. Bu bakımından çalışmanın konusu önem taşımaktadır. Çalışmanın amacı sadece dizi analiziyle sınırlı değildir, buradan

edinilen verilerden hareketle dönemin küresel, kapitalist ilişkiler sisteminin içinde ele almasıdır. Bu nedenle ele alış biçimi farklılık taşımaktadır.

Bu çalışmada, özellikle dizide başarıya ulaşma süreçlerinin nasıl aktarıldığı ve başarının dizide nasıl tanımlandığı incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, dizi incelemesinde, eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Dizide, kişilerin başarıya ulaşma süreçleri bireysel özelliklerde mi bulunmaktadır, yoksa bireyin içinde bulunduğu toplumlar arası, toplumsal ve bireysel koşulların bir bütünü olarak mı gösterilmektedir? Çalışmada bu konuları tartışmak amaçlanmaktadır.

Ayrıca çalışmada geç kapitalist dönemde başarı kavramı sosyolojik bir ele alışla irdelenecektir. Öncelikle geç kapitalist dönemin genel özelliklerinden bahsedilecektir. Daha sonra geç kapitalist dönemde ortaya çıkan **başarı algısının** ana hatları ortaya konulacaktır. Çalışmada bu konuları ele almak ve tartışmak amaçlanmaktadır.

Geç Kapitalist Dönemin Özellikleri

Endüstriyel kapitalizm, Batı Avrupa’da ortaya çıkan yeni üretim yapısının kâr odaklı bir biçimde sermayeyi devamlı büyütme döngüsü olarak en sade biçimde ifade edilebilir. Endüstri devriminin başlangıcının 18.yy’ın sonuna doğru gerçekleştiği kabul edilir (Hobsbawm, 2008, s.37-38). Kapitalist süreç kendi bünyesi gereği açmazlar içeren, ekonomik ve toplumsal sorunlar üreten bir özelliğe sahiptir. Kapitalist süreci ortaya çıkışından itibaren birkaç gelişme aşamasıyla Mandel (2013) tanımlamaktadır. Mandel’e (2013, s. 130-131) göre, bunlardan ilki 18.yy’ın sonundan 1847 sürecine kadar manifaktürün belirleyici olduğu endüstri devrimi uzun dönemidir. İkincisi, 1847’den 1890’lı yıllara kadar devam eden birinci teknolojik devrim dönemi olarak adlandırılır. Bir diğeri, 1890’lı yıllardan İkinci Dünya Savaşı’na kadar devam eden ikinci teknolojik devrim dönemidir. Kuzey Amerika’da 1940’larda, diğer ülkelerde 1945-48 arasında başlayan süreç ise, üçüncü teknolojik devrim dönemi olarak (Mandel 2013, s. 130-131) nitelendirilir. Kapitalist üretim tarzının 20.yy’da Dünya Savaşları sonrası sürecini açıklama çabasında Mandel’in geç kapitalizm kavramsallaştırmasını kullandığı görülür. Mandel (2013, s.25-27) geç kapitalizm kavramıyla, apayrı özelliklere sahip bir kapitalist süreç olmadığını yani kapitalizmin emperyalist özelliğinin değişmediğini vurguladığı görülür. Hatta Mandel, (2013, s. 27) geç kapitalist aşamayı emperyalist, tekeli kapitalizmin daha ileri evresi olarak değerlendirmektedir. Mandel’e (2013, s. 27) göre dönemi açıklamak, döneme isim vermekten daha fazla önem taşımaktadır. Mandel’in (2013) geç kapitalizm analizinde değer yasası üzerine ve artı-kâr üzerine odaklandığı görülür. Mandel (2013) özellikle kapitalist uzun çevrimlerin her birinin önce genişleyen bir ekonomik büyüme sürecinin gerçekleştiği ve ardından da ekonomik daralma döneminin birbirini takip ettiği dönemlerden oluştuğu çözümlemesinde bulunmaktadır. Dolayısıyla, kapitalist süreç kendi özellikleri gereği ekonomik sorunlar, krizler içeren yapıya sahiptir. 20.yy’da Avrupa’da ve ABD’de refah politikaları, devlet müdahaleleri ve planlamaları bunun yanında Fordist üretim modeli önemli boyutta kapitalist sistemin sorunlarının aşılmasında, ekonominin canlanmasında ve sonuçta da tüketim kültürünün yaygınlaşmasında etkili olmuştur (Harvey, 2010, s. 147-163). Jameson’a (1994) göre, “geç kapitalizmin ekonomik yönden hazırlanışı...” (1994, s.22) 1950’li yıllarda başlamıştı. Yeni

dönemin özelliklerinin 1945-1973 arası oluştuğunu belirtmektedir (Jameson, 1994, s.22). Bununla birlikte Jameson, (1994) geç kapitalizm kavramının önceki kapitalist süreçlerden farklılığını değil, sürecin devamlılığını gösteren bir kavram olarak ifade edildiğini belirtir (1994, s.20). Kapitalist sistemde ekonomik canlılık süreci Harvey'e (2010, s.147-163) göre 1973'lere kadar, Mandel'e (2013, s.132) göre de 1960'lı yılların ortalarına kadar devam etmiştir. Yine ekonomik büyümenin olduğu bir süreci ekonomik daralma dönemi izlemektedir.

Harvey savaş sonrası dönemdeki düşünce biçimlerinde **süreksizlik, parçalanma, gelip geçicilik** gibi özelliklerin sosyal kuramların gelişiminde üst anlatıların giderek ortadan kalkmasında, yeni dönemin olaylara bakış açısında **toplumsal dünyanın süreksizleşmesi ve parçalanması** yaklaşımının mimaride, çeşitli sanatlarda, ekonomik ve toplumsal yapıda bariz bir biçimde ortaya çıktığını vurgulamaktadır (Harvey, 2010, s. 60-83). Harvey (2010) post modernizm olarak adlandırılan bu düşünce biçiminin **tarihsel süreklilik ve bellek duygusunun** ortadan kalkmasıyla ve bunun yanında **zamansallığın yitiminin** de gelmesiyle ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (2010, s. 60-83). Süreksizlik, gelip geçicilik, parçalanma gibi özellikler gösteren dönem, tarihsel ve toplumsal yani süreçsel olanla ilişkisiz, kopuk hale gelmektedir. Dolayısıyla süreksizleşme, gelip geçicilik gibi özellikler toplumsallıktan kopma, soyutlaşma sorununu da beraberinde getirmektedir. Harvey, sosyal bilimsel kuramsal çözümlerden, sanatsal alanlara, iletişim ve tüketime kadar gözlenebilen süreksizleşme, tarihsel süreklilik ve bellek duygusunun yitiminin kanıtlarını ortaya koymaktadır (Harvey, 2010, s. 60-83). Ayrıca Harvey (2010) dönemi analiz ederken "Kapitalizmin yüzey görünümünde 1973'ten bu yana bütünsel bir değişim yaşandığını, ama kapitalist birikimin temelde yatan mantığının ve kriz eğilimlerinin hâlâ aynı olduğunu ileri sürmüş bulunuyorum." şeklinde meseleye yaklaşmaktadır (2010, s. 215). Kapitalizmi oluşturan temel niteliklerde bir değişim söz konusu değildir. Ancak kapitalizmin sorunlu dönemlerinde sorunların aşılmasını sağlama noktasında değişimler ve dönüşümler gerçekleşmektedir. Bu değişim ve dönüşümlerin esas nedeni, kapitalizm dışında yeni koşulların oluşmasından değildir, kapitalizmin devamlılığını sağlama çabasıdır. Kapitalist ekonominin sorunlarını aşmaya yönelik, 1970'li ve 1980'li yıllarda yeni bir ekonomik yaklaşım modeli olarak **esnek birikim** ortaya çıkmıştır (Harvey, 2010, s. 170). Esnek birikim süreci, Harvey'in bahsettiği süreksizleşme, gelip geçicilik, parçalanma, tarihsel süreklilik ve bellek duygusunun yitimi ile uyumlu bir ekonomik yaklaşımdır. Bu süreçte, toplumsal yaşamın diğer alanlarında olduğu gibi ekonomide de; istihdam, üretim ve tüketim yapılarında süreksizlik, gelip geçicilik, tarihsel süreklilik, bellek duygusunun yitimi dönemin karakteristik özelliğidir (Harvey, 2010, s.170-196). İstihdam yapısının esnek bir yapıya dönüşmesi, güvencesi olan tam zamanlı çalışma düzeninden, yarım zamanlı, sözleşmeli, geçici istihdam türlerine doğru ağırlıklı bir geçişi beraberinde getirir. Bunun yanında, emek üzerinde artan denetim ortaya çıkmaktadır. Çalışanların her türlü esnekliğe uygun olması beklenir. Esnek üretim ise, dünya genelinde farklı coğrafyalarda üretimin gerçekleştirilmesidir (Harvey, 2010, s.170-183). Bu yeni süreçte, ekonomide her şey esnek, belirsiz, akışkan bir hal almaktadır. Dolayısıyla esnek birikim yapısı, çalışanlar açısından belirsizlik, gelip geçicilik, güvensizlik, kaygı yaratan önemli problemlerden biridir. Belirsizlik ve akışkanlık, işgücünün bireysel yaşamından, uluslararası ekonomik piyasalara kadar genişleyen ölçülerde dönemin genel karakteri haline gelmiştir.

Sennett (2017, s. 13-69) ve Bauman (2013, s. 122-132) önceki dönemlerde kişisel yaşamların özellikle de insanların meslek yaşamlarının, bununla bağlantılı amaçlarının ve beklentilerinin doğrusal bir çizgide ilerlediğinden planlanabilen bir yaşama olanak verdiğini vurgulamaktadırlar. Ancak yeni kapitalist koşullarda ortaya çıkan belirsizlik, sürüklenme, parçalanma özellikleri gösteren esnek süreçler dolayısıyla kişisel meslek yaşamlarının ve buna bağlı bir biçimde kişisel yaşamın bütün alt alanlarının daha belirsiz, daha kırılğan hale geldiğini vurgulamaktadırlar (Sennett, 2017 ve Bauman, 2013, s. 122-132). Dolayısıyla yeni kapitalist koşullarda insan psikolojisi, aile yaşamı güçsüzlük duygusu, güvensizlik, kaygı gibi sorunlarla baş başa kalmaktadır.

Dönemi anlamayı sağlayacak bir başka mesele de şu şekilde ifade edilebilir. Mandel'e (2013) göre geç kapitalist süreçte, araştırma faaliyetlerinin kapitalist üretim süreçleriyle ilişkilendirilmesinin daha önce hiç olmadığı ölçüğe ulaşmış olması nitelikli insan ihtiyacını arttırmıştır. Bu durum Mandel'in (2013, s. 253-263) üniversite patlaması dediği, yüksek öğrenime olan ilgiyi dünya genelinde günümüze kadar gitgide arttıran, teşvik eden bir süreci beraberinde getirmiştir. Buna ek olarak, bu süreçte ekonomik yaşamda, iş yapısı vasıfsızlaşmakta, parçalanmakta, esnekleşmekte ancak yüksek öğretim gören nitelikli insan sayısı dünya genelinde giderek artmaktadır. Bu durum da dünya genelinde yeni kapitalizmin çelişkili meselelerinden biri olarak insanların yaşamını etkileyen gelişmelerden biridir.

Ayrıca Mandel (2013, s. 495), geç kapitalizmde uzmanların belirleyici olduğunu ve teknolojiye duyulan inancın fazlasıyla geliştiğini vurgulamaktadır. Bunların yanında Mandel'e göre "Geç kapitalist toplumsal yapı ve ideoloji ayrıca zorlayıcı başarı çabası ve "teknolojik otorite" ye mekanik teslimiyet aşlar ki bu da sık sık nevrotik stres yaratır." (Mandel, 2013, s. 500). Zorlayıcı başarı çabasıyla özellikle birey üzerinde yaratılan psikolojik bir stresten Mandel bahsetmektedir. Mandel de geç kapitalist toplumsal koşulların **birey yaşamı** üzerindeki ve birey psikolojisi üzerindeki olumsuz etkisinin altını çizmektedir.

"Nihai olarak kapitalizmin kısmi rasyonelliği ile genel irrasyonelliği arasındaki çelişki sermayenin maksimum valorizasyonu ile kadın ve erkeklerin optimum öz-gerçekleştirilmesi arasındaki çelişkiyi yansıtır" (Mandel, 2013, s.504). Kapitalist ilişkilerde üretim ve verimlilik ekseninde görülen rasyonelleşmenin artışına rağmen insanların kendilerini ekonomik, toplumsal ve kültürel açıdan geliştirmesini sağlayacak olanakların tam tersine bir hal içinde olmasını Mandel'in vurguladığı görülmektedir. Ekonomik rasyonelleşmeye rağmen toplumsal ve ekonomik sorunların, eşitsizliklerin devamını bir çelişki olarak Mandel görmekte ve rasyonelleşme ve irrasyonelleşmenin çelişkisi olarak nitelemektedir. Dünya genelindeki ekonomik rasyonelleşmeye rağmen insanların temel ihtiyaçlardan başlayarak, kendilerini geliştirmelerini sağlamalarının gitgide daha da zorlaşmış olması bahsedilen çelişkiyi ortaya koymaktadır. Ritzer (2016, s.131-152) de benzer bir yaklaşımda bulunmaktadır. Rasyonelleşmenin artışına, ekonomik hesaplanabilirlik ve standartlaşma gibi kapitalist üretimi hızlandırıcı unsurlara rağmen bir irrasyonellikten bahsetmektedir. Bir taraftan verimlilik, kâr ve büyüme ortaya çıkarken bir diğer taraftan da ortaya çıkan olumsuz sonuçlardan bahsetmektedir. İçinde bulunulan ekonomik üretim yapısı, toplumsal alanları fazlasıyla

etkilemektedir. Sonuçta insan yaşamı, insani alanlar, insan psikolojisi de bu durumdan etkilemektedir.

Geç kapitalist ekonomik yapı, bireylerin meslek yaşamı üzerinde belirleyici bir niteliğe sahiptir. Geç kapitalist koşullarda birey yaşamı sadece bireysel koşullar içerisinde belirlenmemektedir. Bu dönemin genel karakteri olan belirsizlik, süreksizlik, parçalanma gibi özellikler bireylerin yaşamında merkezi bir rol oynar hale gelmiştir. Geç kapitalist koşulların ortaya koyduğu özellikler birey yaşamı ve özellikle de birey başarısı üzerinde etkili olmaktadır.

Geç Kapitalist Dönemde “Başarı” Kavramı

Geç kapitalist dönemde bireysellik ön plana geçmiştir. Bireylerin, düşünsel, yaşamsal, ekonomik anlamda kendi kendini inşa etmesi anlayışı gitgide yaygınlaşmakla birlikte, aslında geç kapitalist döneme ait karakter özellikleri dolayısıyla toplumsal koşulların, toplumsal bir varlık olan birey yaşamı üzerindeki etkisi daha da artmaktadır. Geç kapitalist ve modern koşullar birey yaşamı üzerinde belirleyici olan en önemli etmenlerden biridir. Dönemin en belirleyici karakteri belirsizlik, akışkanlık, parçalanma, tarihsel bütünsellik duygusunun yokluğudur. Toplumsal yaşamda bir süreç söz konusu değilse, tarihsel ve toplumsal zamansallık söz konusu değilse, yeni koşullara, değişimlere sürekli ayak uydurabilmek devamlı yeniden inşayı, Giddens’in (2014) deyiimiyle refleksif benlik tasarımı (2014, s. 103) gerekli kılar. Düşünümsellik, modern koşulların ortaya koyduğu **benliğin sürekli yeniden inşası** olarak karşımıza çıkmaktadır (Giddens, 2014, s.103-104). Giddens’a (2014) göre, “Modernizmin refleksivitesi, toplumsal etkinliğin çoğu yanının ve doğayla maddi ilişkilerin yeni malûmatlar veya bilgiler ışığında sürekli gözden geçirilmeye açık olmasını ifade eder.” (2014, s.35). Özellikle modernizmin düşünümselliği, benlik yaratımına dahil olur, benlik refleksif bir tasarım haline gelir (Giddens, 2014, s.103). Giddens’a (2014, s. 51) göre refleksif benlik tasarımı sadece kriz zamanlarında görülmez, modern toplumsal etkinliğin psişik olarak genel bir özelliğidir. Giddens’a göre düşünümsellik, bireysel ve toplumsal süreçleri sürekli etkileyen karmaşık bir süreçtir. Bu açıdan modernizmin düşünümselliğini sağlayan toplumsal unsurların başında iletişim araçları gelmektedir. Bireylerin küresel, kapitalist yeni koşullarda kültürel açıdan sürekli yeniden inşa edilmesi söz konusudur. Bu konuda iletişim araçları önem taşımaktadır.

Geç modern dönemde, benliğin sürekli yeniden inşasında, bireylerin kişisel yaşamları, hayatını kurma biçimleri, hayata tutunma biçimleri de yeniden inşa edilmektedir. Bu yeniden inşa süreciyle, pek çok toplumsal alanın artık sadece bireysel alandan ibaret tanımlandığı görülmektedir. Bauman’a göre geç modern koşullarda “...başarılar kadar, sıkıntılarında da bireyin kendisi sorumludur.” (Bauman, 2014, s.196). Sorunlar sadece bireysel sorun olarak yansıtılmaktadır. Dünya genelinde var olan geç kapitalist ve modern yapısal sorunlardan kaynaklı şekilde bireylerin yaşadığı sorunlar ve başarısızlıklar kendilerine mal edilmektedir. Başarı ve başarısızlık sadece bireysel **yetenek** ve dolayısıyla bireysel şartlarla açıklanmaktadır. Koşulları oluşturanın bireyin kendisi yani **yeteneği** olduğu iddiası söz konusudur. Toplumsal yaşamda başarının ve başarısızlığın koşullarını bireyin kendisinin ve sadece yeteneğinin oluşturduğu vurgulanmaktadır. Dolayısıyla sorunlar, başarısızlıklar bireysel alana itilmektedir.

Başarının, sadece bireyin sorumluluğuna ait bir alan olduğu kabul gören bir açıklama haline gelmiştir.

Bu bağlamda, Sennett (2011) *Yeni Kapitalizmin Kültürü* adlı çalışmasında çalışma hayatında yeni koşullarda **kişisel yeteneğe** yapılan vurguyu ele almıştır. Modern koşulların istediği başarı yeni nesil potansiyel yetenekle olmaktadır (Sennett, 2011, s.11). Sennett, (2011, s.65) bu çalışmasında; yeteneği kişinin yapmayı öğrendiği şeyi yapması değil, yeni bir şey yapabilme yeteneği şeklinde tanımlamaktadır. Bildiğini daha iyi yapmak, bilgi ve deneyimi derinleştirmek anlamına gelirken, bununla beraber bu durum bir süreç gerektirir. Ancak bu yetenek türü tercih edilmemektedir. Aksine bilgiyi ve deneyimi derinleştiren bir yetenek değil, yeniyi öğrenebilme kapasitesi esas alınır. Sennett (2011, s.77) bu konuda "...deneyimden bağımsız kabiliyet fikri bir kurgudur." diye açıklamaktadır. Sennett, yeni kapitalist kültürün toplumsal bağamlarından kopartılmış bir yetenek ve başarı istediğini vurgulamaktadır. Yetenek arayışının, deneyim bağına kopardığını vurgulamaktadır (Sennett: 2011, s.78). Başarı, toplumsal ve bireysel koşulların bir bütünü olmakla birlikte, deneyim, bilgi birikimi, emek ve çaba süreci olmaksızın yeni koşullarda tanımlanmaktadır. Yetenek kavramı yeniden inşa edilmekte ve anlam olarak toplumsal özelliklerinden soyutlanmaktadır.

Geç modern dönemde, başarısızlık ise bireysel hatalar alanına dahil edilmektedir. Belirsizliklerin, başarısızlıkların aşılması bireysel alana bırakılmaktadır. Bauman da bu fikri vurgulamaktadır (Bauman, 2014, s. 129). Aslen küresel sorunların, çelişkilerin, belirsizliklerin bireysel çözümlerle aşılması gerektiği pratiğinin altı çizilmektedir. Oysa toplumsal yaşamda her toplumsal kesimin sorunları aşabilme imkânı farklılıklar taşımaktadır. Özellikle de kadınlar, yaşlılar, kırsal kesimler ve yoksul kesimler açısından bireysel imkanlarla sorunları aşmak ve başarıyı yakalamak oldukça zordur. Örneğin, iyi eğitim olanaklarını elde etmek, iyi bir kariyer ve statü sahibi olmak vs. imkanlar açısından toplumsal yaşamda farklılıklar söz konudur. Bu nedenle ekonomik açıdan yeterli gelire sahip olmayanlar, kadınlar, yaşlılar, kırsal kesimde yaşayanlar ...vs toplumsal kesimler açısından geç/yeni kapitalist koşullarda bireysellik vurgusu dolayısıyla karşılaşılan başarısızlığa çözümün sadece bireysel alanda aranmasına neden olmaktadır. Bu sayede kişisel hayatlar daha da karmaşıklaşmakta ve zorlaşmaktadır.

Bauman, (2005) başarı ya da başarısızlığın tamamen bireysel özelliklerle açıklanır hale gelişini somutlaştırmıştır.

"İşsiz kalmaları halinde bunun sebebi, bir iş görüşmesinden başarıyla çıkma becerilerini öğrenememeleri ya da bir iş bulmak için yeterince gayret göstermemeleri ya da tek kelimeyle işten kaçmalarıdır. Kariyer beklentilerinden emin olmamaları ve geleceklerini düşünerek acı çekmeleri halinde, bunun sebebi, dost kazanma ve insanları etkileme konusunda yeterince iyi olmamaları ve kendini ifade etme ve başkalarını etkileme sanatlarını öğrenmeyi başaramamış olmalarıdır. Onlara söylenen ve inanmaları sağlanan şey budur. Dolayısıyla, 'sanki' bu durum gerçeğin ta kendisiymiş gibi davranırlar.....Riskler ve çelişkiler toplumsal olarak üretilmeye devam eder..." (Bauman, 2005, s. 63-64).

Başarı, kişisel özelliklerle (özellikle de yetenekle) gerçekleşiyorsa ve birey başaramıyorsa nedeni yine bireyin kendisi olarak içselleştirilir. Hatta psikolojik sorunlara neden olabilecek boyutta içselleştirilmiş olabilir. Bu konuda Giddens'in (2014) modern toplumlara dair vurguladığı çözümlene anlamlı görünmektedir. "... varlıksal güvenlik esasen rutinler aracılığıyla sürdürülür. Modern toplumsal koşullarda gündelik varoluş birçok bakımdan modern öncesi kültürlerdeki göre genelde daha kontrollü ve öngörülebilir olsa da, varlıksal güvenlik çerçevesi kırılabilir hale gelir. Koruyucu koza refleksif benlik tasarımı içinde düzenlenen rutinlerin tutarlılığına giderek daha fazla bağımlı hale gelir." (2014, s. 212). Belirsizliklerin, gelip geçiciliğin olduğu yani tutarlılığın olmadığı bir dünyada varlıksal güvenlik duygusu zarar görmektedir.

Sosyolojik olarak başarı ya da başarısızlığın toplumsal koşulların ve bireysel koşulların bütünü olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Bunun yanında, başarı anlam olarak toplumsal içeriklidir. Çünkü, toplumdan topluma kimin başarılı veya başarısız olduğu değişmektedir. Başarı ve başarısızlık özellikle içinde bulunulan toplumun değerlerine göre anlam kazanan bir yapıya sahiptir. Başarı ve başarısızlığın göreceli bir kavram olduğu anlaşılacaktır. Dolayısıyla başarı ve başarısızlık toplum tarafından bireylere atfedilen yani insanlar tarafından genellikle öteki bireylere atfedilen bir kavramdır. Anlam, toplumsal koşullar tarafından ve toplum tarafından yüklenmektedir. Kimi zaman, bir toplumda zengin olmak başarı kabul edilirken, başka bir toplumda ise, maddi birikimden öte bilgi, sanat ve düşünce birikimi bir başarı olarak nitelenebilir. Başarı veya başarısızlık payesi; diğer insanlar tarafından bireye verilen bir sıfat olmaktadır. Dolayısıyla, başarı-başarısızlık kavramları, toplum tarafından bireye atfedilen bir tür statüdür. Buna ek olarak başarı; ekonomik koşulların, eğitim koşullarının ve uzun bir süreç gerektiren uğraşların, deneyimin, çabanın ve toplamda bakıldığında toplumsal koşulların getirdiği imkânlar veya sınırlılıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, başarı toplumsal yaşam içinde; bilgi birikimiyle, deneyimle, emek ve zaman sarf edilmesiyle gerçekleşmektedir. Bilgi birikimine, deneyime sahip olmak, emek sarf etmek bir zamansallık içerisinde yani, toplumsal bir süreç içerisinde ortaya çıkabilir. Dolayısıyla hangi boyutuyla incelenirse incelenirse başarı, toplumsal içeriklidir. Başarıyı sadece kişisel koşulların ürünü olarak değerlendirmek mümkün gözükmemektedir.

Geç kapitalist ve geç modern ilişkiler, küresel düzeyde toplumsal, ekonomik, kültürel yaşamı belirleyen parçalanma, belirsizlik, süreksizlik, gelip geçicilik gibi temel özelliklere sahiptir. Buna bağlı olarak, dünya genelinde ekonomik, sosyal sorunlar giderek artmaktadır. Ancak küresel sorunlar kişisel sorun ölçeğine indirgenmektedir. Geç kapitalist dönemde küresel sorunların aşılması noktasında bireyin kendisinin sorunları aşabileceği iddia edilecektir. Birey kendine has olan becerisiyle bu sorunları aşabilir, denilmektedir. Geç kapitalist ve geç modern koşulların ortaya çıkardığı sorunlar, belirsizlikler ve açmazlar kişisel sorun ya da başarı-başarısızlık ölçeğine dayandırılarak açıklanmaktadır.

Televizyon Dizilerinin Yansıttığı Özellikler: Dizi Gerçekliği

Türkiye'de televizyon dizilerinin izlenmesi, insanların çoğu kez akşamları toplanarak gerçekleştirdikleri günlük bir etkinlik halini almaktadır. Özellikle dizilerin, televizyon

programları içinde en yaygın olarak izlenen programları oluşturduğunu da belirtmek gerekir. “Yerli diziler, televizyonun en çok izlenen yapımları arasında yer almaktadır. Bugün önemli yerli televizyon kanallarının en çok izlenen zaman dilimlerine, başka bir deyişle ana yayın kuşağına (20.00-23.00) baktığımızda, yerli dizilerin çoğunlukta olduğunu söyleyebiliriz.” (Özsoy, 2011, s. 22). Televizyon dizilerinin, günlük hayatımızda etkin bir yeri olduğunu, dizi izlemenin günlük bir nevi ritüel halini aldığını söylemek gerekir. “Dolayısıyla televizyon aile ve ev kültürümüzün bir parçasıdır.” (Mutlu, 1999, s.104). Bunun yanında, internet aracılığıyla bilgisayar ve cep telefonu üzerinden televizyon ve dizi izleme imkanının yaygınlaşmasının, günün her saati televizyonun ve dizilerin izlenme alanının genişlemesine katkı yaptığını belirtmek mümkündür. Hatta sadece internet üzerinden izlenen dizilerin de olduğu görülmektedir. Cheviron’a (2013) göre, her ne kadar televizyonun etkileri günümüzde internet ile değişime uğrasa da “...televizyonun yarattığı görsel ve biçimsel kodların egemenliğinin televizyon/internet birlikteliğiyle arttığı da bir o kadar doğrudur.” (2013, s.17). Cheviron (2013, s. 17-21) televizyon ve internet/televizyon birlikteliğinde ortaya çıkan gerçeklik, sahtelik sorununa eğilir. Televizyonun içinde yaşanan toplumsal koşulları algılama biçimine olan katkısını vurguladığı görülür.

Televizyon ve özellikle de televizyon dizileri yaygın olarak izlenen dolayısıyla da içeriklerinden ve imgelerinden fazlasıyla etkilenilen bir yeniden üretim tarzı olarak nitelenebilir. “Kültür endüstrisinin her tezahürü kaçınılmaz olarak insanları, bütünü onları dönüştürdüğü biçimde yeniden üretir.” (Adorno ve Horkheimer, 2014, s.171).

Toplum ve insanları yeniden üretmek dizilerde gerçeklik iddiasıyla ortaya çıkmaktadır. Diziler; kurgu ve gerçekliğin farklı ölçülerde bir araya gelmesinden oluşmuş bir yapıya sahiptirler. Bununla birlikte, diziler gerçeklik iddiası taşımaktadırlar. Bu nedenle, dizilerde aktarılan unsurların özelliklerine bakılması gerekmektedir. Diziler, koşulları yeniden üretirken, yaşanan gerçekliğin birer aktarıcısı, yansıtıcısı oldukları iddiasıyla karşımıza çıkmaktadırlar. “İknaı tetikleme için hem görsel hem de işitsel tüm teknik imkânlar kullanılarak, dış dünyanın dolayımından birebir yansıtıldığı sanısı yaratılmaktadır.” (Otan, 2014, s. 14). Örneğin, birçok dizinin çekimde kullandığı mekanlar çoğu zaman herkesin kullandığı, önünden geçtiği yerler olabilmektedir. Çoğunlukla İstanbul’un önemli merkezleri ve noktaları bu açıdan kullanılmaktadır. Boğaz Köprüsü, yeni açılan alışveriş merkezleri, İstanbul’dan bir vapurun görüntüsü veya Kız Kulesi’nin görüntüsü çok sık dizilerde görülen ve gerçekliğe vurgu yapan unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla dizi gerçekliği, gerçek mekânsal unsurların kullanımıyla, söylemlerle yaşanan gerçeklik olduğu iddiasını tekrarlamakta ve yeniden üretmektedir. Dizi gerçekliği olarak ifade edilebilecek unsurların belli özellikleri söylemsel düzeyde şöyle örneklendirilebilir. Yeni bir dizi tanıtımında söylenenler çoğunlukla; “hepimiz kendimizden bir şeyler bulabileceğiz”, “bizden hikâyeler”, “kendimizi anlattık” gibi tanımlamalar yer almaktadır. Dizilerde gerçeklik vurgusu farklı unsurların kullanımı ile gerçekleşmektedir.

“Film, gündelik algı dünyasını yeniden vermeyi amaçladığı için, dışarıdaki sokakları az önce izlediği filmin devamı olarak algılayan sinema izleyicisinin bu bildik deneyimi yapımın temel ilkesi haline gelmiştir. Yapım teknikleri, ampirik nesnelere ne kadar yoğun ve eksiksiz kopyalayabilirse, dışarıdaki dünyanın beyazperdede gösterilen kesintisiz bir uzantısı olduğu yanılması yaratmak da o kadar kolay olur.” (Adorno ve Horkheimer, 2014, s.169).

Bunların yanı sıra, dizilerin gerçeklik iddiasını destekleyen bir diğer unsur da dizilerin sürekliliğidir. Diziler, süreklilik bakımından ise, düzenli bir periyotta yayınlanmaktadır. Hatta bazı diziler yıllar boyu sürebilmektedir. “...yakınlık duygusu, yine televizyonun özelliği olan süreklilik ve zamana yayılma olanakları ile daha da güçlenir. Süreklilik, yakınlık ve içtenlik duygusunun daha derin bir şekilde gelişmesini sağlayarak, izleyicilere etkili bir yoğunluk duygusu sağlar. Böylece izleyicilerle etkili bir ilişkinin kurulduğundan söz edilebilir.” (İlhan, 2014, s. 92).

Buna ek olarak dizilerin, süreklilik özelliklerini ve inandırıcılık özelliklerini kullanarak gerçeklik iddiasını vurgulamaları ve bu sayede gerçekliği yeniden ürettikleri görülür. Poyraz’ın (2002) da dediği gibi televizyon “... tüm program türleriyle her eve ortak bir imaj ve iletiler dünyası getirir. Diğer bir boyutu ile günümüz insanı, televizyonun simgesel dünyası içinde doğar; ve televizyonun tekrarlanan pratiği ile yaşar. Televizyon tutum ve davranışları eker.” (2002, s. 23).

Televizyon dizilerinde, izleyicilerin gerçekliğe bakışını etkileyen öğelerden bir diğeri de Ien Ang’ın Dallas dizisi üzerine yaptığı araştırma ile vurgulanmıştır. Ien Ang, 1980’li yıllarda Dallas dizisinin elde ettiği uluslararası başarıyı ortaya koymak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bir dergiye ilan vererek, Dallas dizisini neden sevip, izlediklerini ve neden sevmediklerini insanların kendisine açıklamalarını istemiştir. Kendisine gelen mektupları inceleyerek Dallas dizisiyle ilgili değerlendirmelerde bulunmuştur (Storey, 2000, s. 27).

“Ang’e yazanlara göre, Dallas’tan zevk alma ya da almama olayı, gerçekçilik meselesi ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Yine, bir programın ‘iyi’ ya da ‘kötü’ bulunmasının ölçütü de, onların programı ‘gerçekçi’ (iyi) ya da ‘gerçekçi olmayan’ (kötü) olarak değerlendirmesi ile ilgilidir.” (Storey, 2000, s. 27).

İzleyiciler açısından gerçekliği ortaya koyan özellik ise, anlatılan öykünün iyi ya da kötü olarak tanımlanmasıdır.

Aslında, gerçeklik dışı ve kurgu, kitle iletişim aracılığıyla fazlasıyla kullanılmaktadır. Ancak, televizyon dizileri inandırıcılık açısından değerlendirildiğinde; diziler, gerçeklik dışı öğelerin kullanımı bakımından oldukça yoksun özellikler göstermektedirler. Televizyon dizilerinde amaçlanan inandırıcılık ve gerçekçiliktir. Bu nedenle oyunculuk önemsiz konuların başında gelmektedir. Bu anlamda, bir dizi gerçekliğinin yaratılmaya çalışıldığı rahatlıkla söylenebilir. Dizilerin inandırıcılık ve süreklilik unsurlarını kullanarak yarattığı bu gerçeklik, toplumsal gerçekliğin kendisi gibi algılanması sorununu ortaya çıkarmaktadır. “...dış yaşam gerçekliği ile

kitlelerin arasında duran televizyon, anlamlandırma sürecinde etkili bir rol oynamaktadır.” (Otan, 2014, s.28). Yoğun bir şekilde dizilerin aktardığı düşünce ve yaklaşım tarzlarının insanları etkilediği belirtilmelidir.

Postman da televizyonun insanı etkilediğini ve hatta insanın bilme yollarını etkilediğini vurgulamaktadır. Postman’a (2014, s. 92) göre, “Televizyon ‘üst-araç’ (meta-medium) statüsüne; yalnızca dünyaya ilişkin bilgimizi değil, aynı zamanda *bilme yollarına* ilişkin bilgimizi de yönlendiren bir araç statüsüne yükselmiştir.” Bu nedenle televizyon ve yeni türevleri aracılığıyla aktarılan bilgiler, imajlar incelenmeli ve toplumsal sonuçları değerlendirilmelidir. Postman (2014, s. 93) televizyonun bize bilgi ve gerçeklik bakımından, doğruluğunu sınımadığımız, doğal olarak kabul ettiğimiz bir süreç olarak geldiğini vurgulamaktadır. Fiske (2014) de televizyonun bir gerçeklik ürettiğini vurgulamakta ve bu gerçekliğin kapitalizmle olan ilişkisini dile getirmektedir.

“...televizyon, endüstriyel sistemin ekonomik alanda yaptığını göstergebilimsel alanda yapar. Endüstriyel sistem yalnızca mal üretimi ve yeniden üretimi yapmaz: son kertede ve kaçınılmaz olarak yeniden ürettiği şey kapitalizmin kendisidir. Televizyon da, telegörsel gerçeklik üretimi sırasında nesnel gerçekliği değil, kapitalizmi yeniden üretir.” (Fiske, 2014, s.30)

Dizi gerçekliği ile yaratılan ve yeniden üretilen gerçeklik insanların birebir yaşamı olarak algılanmaktadır. Baudrillard’ın (2018, 2016) iletişim araçları sayesinde topluma aktarılan gerçekliğe dair çözümlemesine dizi gerçekliği bağlamında da bakılabilir. Baudrillard (2018, 2016) içinde yaşanan dünyada gerçekliğin, iletişim araçları aracılığıyla gerçeğine çok benzeyen özelliklere sahip fakat gerçekliğin kendisi olmayan, onun bir simülasyonunu izlediğimiz/yaşadığımız iddiasında bulunmaktadır. Bu bağlamda, kitle iletişim kültürüyle topluma yansıtılan her temsilin gerçekliğin farklılaşmış birer kopyaları olduğunu yani *sözde olay/yeni gerçeklik* olduğunu vurgulamaktadır (Baudrillard, 2016, s. 159-160). “Gerçeklik, aracın kendisi tarafından gerçekleştirilmiş *modelin bu yeni gerçekliğinin* yararına yok edilir, buharlaştırılır.” (Baudrillard, 2016, s. 160). Baudrillard (2018, s.76-80) televizyonun, yaşanan bir olayı ele aldığı ve dizi haline getirdiği örneklerde bile gerçekliğin anlamının, öneminin ve derinliğinin yitirilmesini, toplumun gözünde olayın önemsiz bir mesele haline gelmesini sağladığını düşünmektedir. Önemli bir olayda bile, olayın televizyon dizisi haline gelmesiyle, o olayın yol açacağı toplumu etkileme potansiyelini televizyonun ortadan kaldırdığını vurgulamaktadır. Baudrillard’a göre televizyon imgesi zihinde gerçek etkileyciliği üretememektedir. Aslında, Baudrillard’a göre (2018, s. 79-80) televizyon dizisi gerçekliğin anlam yitimini beraberinde getirmektedir. Televizyon dizilerinde gerçeğin yerine ona çok benzeyen ancak ondan başka bir şeyi onun yerine koyarak gerçekliğin anlamı kaybolmaktadır. Ayrıca bu noktada Baudrillard (2016, s.122-126) kültürel yeniden çevrim ile simülasyonu da ilişkilendirmiştir. Kültürel ürünlerin gerçek değerinden öte, tüketim piyasası için güncel hale getirilmesi, hatırlatılması, çoğalması işlevini yerine getiren kültürel çevrimdir. Kültürel çevrim sadece kültürel ürünlerle sınırlı değildir. Bilim, teknik gibi alanlarda olabildiği gibi kariyer alanlarında da güncelliği takip etme gerekliliği olarak kendini gösterir (Baudrillard, 2016, s.122-

126). Bunlara ek olarak, Giddens'in modernizm ve medya konusunda bahsettiklerini de konuyla ilişkilendirmek gerekli görünmektedir. Giddens, (2014, s.43) televizyon, film ve videonun görsel imgeler olarak basılı metinlerden daha farklı yapılar ortaya koyduğunu belirtmektedir. Giddens, modernizmin yerinden-çıkarıcı ve küreselleştirici etkilerini vurgulamaktadır. Giddens, (2014, s.33) **yerinden-çıkarma** kavramını, toplumsal ilişkilerin bağlamlarından kopartılması ve zamansal-mekansal açıdan tekrar bir araya getirilmesi olarak nitelendirmektedir. Modernizmin neden olduğu zamansal-mekansal uzaklaşmadaki hızlanmanın nedenini toplumsal ilişkilerin bağlamlarından kopartılması olarak açıklamakta ve kavramsal olarak yerinden-çıkarma deyimini nitelendirmektedir. Giddens, (2014) geç kapitalist ve modern koşullarda televizyon ile toplumsal bağlamlarından kopmuş gerçekliklerin üretildiğini ifade etmektedir.

Televizyon dizileriyle yeniden üretilen toplumsal gerçekliğe, başarı ve başarısızlık bağlamında bakmak gerekmektedir. *Aliye* dizisi, başarı kavramını yansıtmak bakımından nasıl bir dizi gerçekliği ortaya koymaktadır?

Örneklem Seçimi ve Yöntem

Çalışmada "*Aliye*" dizisinin ilk 28 bölümünden örneklem olarak yararlanılmıştır. Dizinin konusu içinde farklı hikayeler³ iç içe geçmekle birlikte, dizinin bütün olay örgüsü makalenin örneklemini oluşturmamaktadır. Sadece esas karakter olan Aliye'nin iş yaşamına atılması ve iş yaşamının gelişimi süreci örneklem olay örgüsü olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacı başarı konusunun dizide nasıl sunulduğunu ele almak ve tartışmak olduğu için böyle bir sınırlamaya gidilmiştir. Çalışmada dizinin başarı konusunu nasıl sunduğunu eleştirel söylem çözümlemesi açısından ele almak amaçlanmaktadır. Yöntem tercihinde, dizide anlatılan başarının hangi bağlamda ele alındığını sosyolojik açıdan değerlendirebilmek ve açıklayabilmek açısından eleştirel söylem çözümlemesi tercih edilmiştir. Eleştirel söylem çözümlemesinde özellikle disiplinler arası bir biçimde meseleye yaklaşmak ve toplumsal, kültürel bağlam içinde eleştirel söylem çözümlemesinde bulunmak önem taşıdığı için bu yöntem uygulanmıştır. Fairclough'un eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle dizi incelenmiştir. "Söylemler esas olarak sabitlenmiş toplumsal yaşamın farklı temsilleridir -farklı olarak konumlandırılmış toplumsal aktörler toplumsal yaşamı değişik şekillerde ve değişik söylemlerde «görür» ve temsil eder." (Fairclough, 2015, s. 138). Dizideki başarı sunumunun ele alınışında dizinin öyküsünü anlatan metnin anlamını ele almanın yanı sıra içinde yaşanan küresel iktisadi üretim ve tüketim ilişkileriyle, yani kapitalist aşamanın dönüşümleriyle ilişkilendirmek amaçlanmaktadır. Dolayısıyla dizi analiz edilirken sosyolojik, eleştirel bir yaklaşımla ele alındığı belirtilmelidir.

Bu çalışmada, *Aliye* dizisindeki verilerden hareketle dizideki başarı sunumu ele alınmış ve dönemin özellikleriyle ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. *Aliye* dizisinde başarının kişisel yeteneğe indirgenmediği gözlenmektedir. Bu dizi özelinde ortaya çıkan verileri geç kapitalist dönemin özellikleriyle ilişkilendirmek mümkün olmuştur. Ancak bu çalışmanın geçerliliği çalışmanın sınırlarını oluşturan *Aliye* dizisiyle sınırlıdır. Bu açıdan makalenin bulgularının

³ Çocuklarının velayetini edinme ve onlarla bir araya gelme çabası, komşularla yeni dostluklar kurma, avukatının tacizine uğrama.... vs. gibi

genellenebilirliği söz konusu değildir. Farklı pek çok dizinin analiz edildiği başka çalışmalarla ancak genellenerek başarının kişisel yeteneğe indirgenmesi yaklaşımının dizilerdeki söylemlerde genel bir eğilim olup olmadığı yönünde değerlendirmelerde bulunulabilir.

Aliye Dizisinin Konusu

“Aliye” (2004) dizisine bakıldığında, Aliye karakteri dizinin başında Edirne’de yaşayan bir ev hanımıdır. Eşinin ailesi varlıklı ve tanınan bir ailedir. Ev hanımı iken bir terzi değildir ama kendi elbisesinin çizimlerini yapan bir kişidir. Ailevi sorunlardan dolayı eşinden boşanmak isteyecektir. İstanbul’a dayısının yanına gelip, yerleşecek ve yeni bir hayat kurmaya çalışacaktır. Aliye, İstanbul’a gelirken çocuklarından birini kocası kaçırmıştır. Edirne’de kalan kızını geri almak onun en önemli isteğidir. Aliye, dayısının yeni komşuları tarafından çok sevilen bir kişidir. Aliye, iş ararken gazetede bir ilan görür. Yetiştirilmek üzere butikte çalışacak eleman aranmaktadır. Dikişten anladığı için moda evine gider ve burada işe başlar. Moda evi birkaç çalışanın olduğu ve modacı Valentino Naci Bey’in kurduğu bir işletmedir. Burası seri üretim bir giyim mağazası değil, özel dikim yapan bir moda evidir. Aliye karakteri çok kısa bir zaman dilimi içerisinde işe girdiği moda evini yöneten konuma geçmekte ve ardından da defileleri başarılı olan bir tasarımcı haline gelmektedir.

Bulgular ve Değerlendirme: Başarı Hikâyesi

Dizide, Aliye’nin iş yaşamıyla sınırlandırılmış olay örgüsünden ortaya çıkan bulgular özellikle toplumsal yaşamda, iş yaşamında başarılı olmanın süreçlerinin nasıl açıklandığı ile ilgilidir. Bulgularda, Aliye’nin iş yaşamında başarıyı kolaylıkla elde ettiği ortaya çıkmaktadır. Kişiyi özel bir biçimde Aliye’nin sahip olduğu özelliklere -yeteneğe- vurgu yapılarak iş yaşamında başarılı olmanın açıklandığı görülmektedir. Kişisel özellikler başarıda belirleyici nitelik olarak açıklanmaktadır. Dolayısıyla deneyim, bilgi birikimi, emek ve zaman gibi toplumsal bağlamların yerine kişisel yetenek başarının ortaya çıkmasında belirleyici temel etmen olarak söylemsel düzeyde vurgulandığı görülmektedir. Aliye deneyim, bilgi birikimi gibi toplumsal süreçsel özelliklere sahip olmamakla birlikte iş yerinde yetkileri artmakta ve sürekli hızlı bir yükseliş göstermektedir. Dizideki söylemde, bir başarının ortaya çıkışında bireysel koşullar, toplumsal bağlamdan daha önemli ve daha belirleyici olarak sunulmaktadır. Eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle dizideki başarı söylemi ele alınarak aşağıda ayrıntılı olarak analiz edilmiştir.

Dizide üçüncü bölümde Aliye gazete ilanında, moda evine yetiştirilmek üzere bayan eleman aranıyor şeklinde bir ilan görür. Aliye iş ilanı için görüşmeye moda evine gider.

Üçüncü bölüm:

“Süheyla: Buyrun efendim hoş geldiniz.

Naci: Hoş geldiniz.

Aliye: Hoş bulduk

Süheyla: Buyrun şöyle...

Naci: Kim dikti üzerinizdekini, kupu çok güzelmiş...

Aliye: Aile terzimiz

Naci: Öyle mi kimdir?

Aliye: Tanımazsınız Edirne’de...

Naci: Bravo güzel oturtmuş, size de çok yakışmış hanımefendi.

Aliye: Sağ olun.

Naci: Ben nasıl yardımcı olayım size? Tayyör, döpiyes, belki bir gece elbisesi...

Aliye: Yok. Ben iş ilanı için gelmiştim.

Naci: Ne işi.

Aliye: Moda evinde yetiştirilmek üzere bayan eleman aranıyor diye ilan vermişsiniz.

Süheyla: Ah...Biz o iş için eleman aldık.

Aliye: Öyle mi, geç kaldım demek.

Süheyla: Keşke bir telefon etseydiniz önce buraya kadar zahmet etmezsiniz.

Aliye: Olsun, hiç önemli değil. Teşekkür ederim rahatsız ettim.

Naci: Bir dakika bir dakika...

Aliye: Buyrun.

Naci: Dikişten anlar mısınız?

Aliye: Terzi sayılmam ama anlarım. Ben kıyafetlerimin modellerini kendim çizerim.

Naci: Üstünüzdekini de siz mi çizdiniz?

Aliye: Evet.

Naci: İş arıyorsunuz öyle mi?

Aliye: Evet.

Süheyla: Ama Naci Bey...

Naci: Bir konuşalım bakalım.” (Aliye, 2004).

Moda evinde yetiştirilmek üzere bir eleman aranmaktadır. Hatta işe bir kişi alınmıştır. Fakat Aliye’nin üzerindeki elbise sıradan bir elbise değildir. Elbise, dikişi açısından modacı olan Naci Bey’in dikkatini çekmiştir. Naci Bey, dikişi maharet gerektiren bir elbise olduğunu düşünür. “Kim dikti üzerinizdekini...” “Bravo güzel oturtmuş...” ifadelerinden anlaşılmaktadır. Naci Bey elbisenin terzisini merak etmektedir. Edirne’den bir terzi elbiseyi dikmiştir. Ancak Aliye bütün elbiselerinin çizimini kendi yaptığını belirtir. Naci Bey’in Aliye’yi işe almasında bu elbisenin etkili olduğu görülür. Ayrıca işe alınırken yetiştirilmek üzere bir eleman olarak Aliye işe alınmıştır. Fakat ilerleyen bölümlerde Aliye’nin moda evinde eğitimden geçirildiği bir sahne söz konusu değildir.

Dokuzuncu bölüm:

“Aliye: Şurası bir şey istiyor sanki değil mi? Şuraları da biraz toplayalım? Ne dersiniz?

Selin: Ay... çok doğru. Sizin adınız ne?

Aliye: Aliye.

Selin: Aliye Hanım inanamıyorum bu elbise başka bir şey oldu. Ayy ne kadar marifetlisiniz yaa...

Naci: Eee anladın mı şimdi Azade’nin niye başka terziye gitmediğini

Selin: Naci bak söyleyeyim, ben bundan sonra yazılırım buraya, ama her şeyimi Aliye Hanım diyecek ona göre.

Naci: Bana söyleme Aliye’ye söyle eli sihirli olan o.” (Aliye, 2004).

Selin biraz sorunlu bir müşteridir. Başka bir tarzda diktirdiği ve beğenmediği elbiseyi Naci Bey'e getirir. Elbisenin düzeltilmesini istemektedir. Naci Bey, Aliye ile birlikte elbisede ne gibi değişiklikler yapabileceklerini düşünürler. Aliye'nin elbisede yaptığı düzeltmeler müşteri tarafından çok beğenilir. Naci Bey müşterinin sorununu çözemezse, zaten daha önce başka bir terziye giden müşteriyi bundan sonra tamamen kaybedecektir. Ancak bu sorunu Aliye'nin önerdiği tadilatlar çözmüştür. Selin elbisenin yeni halini çok beğenir. Karşılaşılan sorunun çözülmesinde Aliye'nin fikirleri etkili olmuştur. Ayrıca Selin, Aliye'yi çok yetenekli bulur. Selin artık her dikişini Aliye'nin yapmasını istemektedir. Naci Bey'in gözünde de Aliye dikiş konusunda becerikli, dikişe ait sorunları çözebilen âdeta eli sihirli yani diğer kişilerden farklı bir biçimde, az kişiye nasip olacak şekilde yeteneği olan biri gibi görülmektedir. "...eli sihirli olan o." ifadesinden ve metnin bütününden anlaşılmaktadır. Aliye'nin özelde sahip olduğu özelliklere gönderme yapılmaktadır.

Dizide on birinci bölümde, moda evinde çalışan Süheyla ile Çimen arasında şöyle bir konuşma geçmektedir.

"Süheyla: Hayret bir şey yaaa.... Dağdaki geldi bağdakini kovacak nerdeyse.

Çimen: Ne oldu Süheyla abla?

Süheyla: Kuş kondurmuş hanımefendi bir gülmeler kırılmalar. Tam 16 yıldır burada çalışıyorum şu kadının bir günde aldığı iltifatı almadım daha!

Çimen: Aliye abladan mı bahsediyorsun?" (Aliye, 2004).

Bu sahnede olan konuşma, ilk bakışta çalışanlar arası (Süheyla-Aliye) çatışma, gerilim ya da Aliye'nin, Süheyla tarafından kıskanılması gibi görünmekle birlikte başka bir meseleyi de açığa vuran bir konuşmadır. Bir tarafta 16 yıldır bu moda evinde çalışan deneyimli bir eleman, bir diğer tarafta da yetiştirilmek üzere alınarak, yeni işe girmiş, deneyimi olmayan fakat moda evinin karşılaştığı sorunlar karşısında sorunları aşmakta faydası olacak şekilde dikiş konusunda bir yetenek sahibi olduğu anlatılmak istenilen Aliye karakteri söz konusudur. Süheyla'nın ifadelerinden kıskandığı anlaşılmaktadır. Fakat bundan daha önemlisi toplumsal bağlam açısından ortaya çıkan anlam daha değerlidir. Bir işte deneyim, bilgi birikimi ve zamanını bir işe vermek, yetenek gibi bir konunun önceliğine karşı göz ardı edilebilen bir değer taşımakta olduğu anlaşılmaktadır.

On üçüncü bölüm:

"Aliye: Bir iki şal koyalım diyorum Selin Hanım

Naci: Çok iyi fikir. Refiye Hanım da el işi yapar üstüne

Selin: Aliye... Lütfen bana Selin de, sen benim imaj makerımsın artık

Aliye: Nasıl istersen.

Naci: Sil beni defterden sil, aferin.

Selin: Senin yerin ayrı Naci siler miyim hiç.

Naci: Bir imaj maker olamadım ama

Süheyla: Bundan kaç top ısmarlayayım Naci Bey.

Naci: İster miyiz bundan artık bilmem ki. Ne dersin Aliye?

Aliye: Süheyla daha iyi bilir Naci Bey.

Naci: Sen karar ver Süheyla.

Süheyla: iki top istiyorum o zaman.

Selin: Gazeteciler falan sorarlarsa Aliye'nin adını verebilirim değil mi? Kostüm tasarımcısı olarak.

Naci: Tabi ama Valentino Naci Moda Evini de unutma” (Aliye, 2004).

Bu sahnede ilk başta Naci Bey, Aliye ve Selin moda evinde oturup konuşmaktadırlar. Selin'in kıyafetleriyle Naci Bey değil, artık Aliye ilgilenmektedir. Selin, Aliye'ye artık dikiş konusunda fazlasıyla güvenmekte, kıyafet konusunda kendi tasarımcısının Aliye olduğunu belirtmektedir. Daha sonra sahneye Süheyla girerek Naci Bey'e bir kumaş getirir, kaç top bu kumaştan ısmarlanması gerektiğini sorar. Naci Bey moda evini tek başına kendisi yönetmesine ve deneyimli olacağı -ellili yaşlarda bir kişidir- tahmin edilebilecek bir moda evi sahibi olmasına rağmen kumaş alımı konusunda Aliye'ye danışır. Aliye, Süheyla karar versin demiştir. Süheyla ne kadar alınacağına karar verir, fakat Naci Bey'in kendi başına karar almayı tercih etmek yerine Aliye'ye sorma gereği duyması dikkate çekicidir. Aliye'nin Naci Bey üzerinde ve dolayısıyla moda evinde alınan kararlarda otoritesinin arttığının bir göstergesidir. Giderek Aliye'nin moda evinde konumunun yükseldiğinin işaretleri görülmektedir. Naci Bey bile ona danışma gereği duymaktadır. Ayrıca Selin, kıyafetlerini soran kişilere Aliye'yi kendi kostüm tasarımcısı olarak tanıtmak istemektedir. Naci Bey'e göre, Valentino Naci Moda Evi diye vurguladıktan sonra Aliye'nin tasarımcı olarak ifade edilmesinden memnundur. Ayrıca yetiştirilmek üzere işe alınan Aliye moda evinde kostüm tasarımcısı haline gelmiştir. Bir önceki sahnede 16 yıldır çalışan Süheyla'nın deneyimi ve birikimi üzerinden, deneyimin, bilgi birikiminin yetenek karşısında geride kalması ortaya çıkmıştı. Bu sahnede ise, modacı Naci Bey'in deneyimi ve bilgi birikimi dahi, Aliye'nin yeteneği karşısında daha geride kalmakta, Naci Bey moda evine dair konularda Aliye'ye danışma gereği duymaktadır.

Yetenek; iş yaşamında imkanlar elde etmek, yükselmek, aynı zamanda moda evi açısından da, bir işletme olarak yeni müşteriler kazanılmasına, gelirin arttırmasına imkan verdiği ölçüde önemsenen bir konu haline gelmiştir. Deneyim sahibi olmak, bilgi birikimine sahip olmak, emek vermiş olmak toplumsal yaşamın gelişiminde bir değer olmaktan uzaklaşmaya başlamaktadır. Çünkü deneyim, bilgi birikimi, emek bu koşullarda başarıyı beraberinde getirmemektedir. Selin ile olan konuşmasında Naci Bey bile bir tasarımcı olamadığını şaka yoluyla ifade ederek bu gerçeği dillendirmektedir.⁴ Kısa sürede fayda sağlayan özellikler toplum yaşamında daha önemli hale gelmektedirler.

On üçüncü bölüm:

“Naci: Arkadaşlar Aliye Hanım artık moda evinin tasarımcısı, bazı özel müşterileri de ona veriyoruz. Mesela Selin'i

Aliye: Ama Naci Bey

⁴ Naci Bey çok kibar bir biçimde şakaya vurarak ifade edecektir. Naci Bey'in deneyimi, bilgi birikimi, tanınırlığı, moda evi sahipliği dahi onu bir tasarımcı haline getirememiştir.

Naci: Tabi yine Valentino Naci Moda evi için çalışacak. Ama Selin’le o muhatap olacak.

Süheyla: Pardon anlamadım. Ne demek şimdi bu?

Naci: Bir şey demek değil Süheyla. Selin hanım Aliye hanımın özel bir müşterisi yani.

Selin’i ikna etmek, ona model seçmek Aliye’nin işi

Süheyla: Eee...

Naci: Eeesi... onun işi çok onu ıvır zıvır işlerle meşgul etmesek iyi olur.

Süheyla: Bizim elimiz boş öyle mi?

Naci: Öyle bir şey demedim Süheyla, aslında değişen bir şey yok. Her şey yine eskisi gibi.

Süheyla: Peki bu tasarımcı lafı nerden çıktı.

Naci: Bu işler eskisi gibi değil Süheyla, böyle dergilerden model yürüterek devam edemeyiz değil mi? Biraz böyle kreatif olmak lazım.

Süheyla: İyi de niye Aliye?

Naci: Çünkü ben öyle uygun gördüm bir sakıncası mı var?

Süheyla: Siz daha iyi bilirsiniz tabi.” (Aliye, 2004).

Bu sahne moda evinde geçmektedir. Naci Bey bütün çalışanları toplamıştır ve bir açıklama yapmaktadır. Aliye’nin tasarımcı olarak artık moda evinde çalışacağını duyurmaktadır. Çalışanlar arasında tepkiyi yine Süheyla vermektedir. Aliye’nin yetiştirilmek üzere bir eleman olarak işe alınmasından sonra, bir tasarımcı haline gelişi süreci çok hızlı gerçekleşmektedir. Süheyla moda evinden birinin tasarımcı olmasına değil, neden Aliye’nin seçildiğine tepki vermektedir. Deneyim sahibi bir çalışan olan Süheyla’nın kıskançlık duygusunun özellikle dizide altının çizildiği bir diğer önemli meseledir. Önceki bir sahnede de ilk bakışta, Süheyla’nın kıskançlığını anlatan bir konuşma vardır. Süheyla’nın içinde yer aldığı sahnelerde ağırlıklı olarak Süheyla’nın başka özelliklerinden öte kıskançlığının açığa çıktığı davranışlar dizide yansıtılmaktadır. Süheyla, Aliye’nin tasarımcı olmasına itiraz etmekte fakat Naci Bey’in otoritesi karşısında geri adım atmaktadır. Ayrıca, Naci Bey konuşurken; “*Bu işler eskisi gibi değil, Süheyla...*” diyerek artık iş yaşamında koşulların değiştiğinin altını çizmektedir.

On dördüncü bölüm:

“Naci: Aliye... al şunu, ellerine sağlık.

Aliye: Nedir bu Naci Bey

Naci: Selin’in sahne kostümlerini yaptın ya, onun bedeli

Aliye: İyi de bu fazla değil mi?

Naci: Az bile bu işleri hiç bilmiyorsun. Bak Aliye senin müthiş bir guston var. Allah vergisi bir yeteneğin var. Şık şık iki hareket yapıyorsun. Elbisenin ruhu değişiyor. Eee bunun da bir bedeli var tabi. O da bu zarfta işte.

Aliye: Hakkım mı bu şimdi?

Naci: Gül hakkın hem de, elinin emeğinin göz nurunun hakkı. Güle güle harca.

Aliye: Teşekkür ederim.

Naci: Rica ederim.” (Aliye, 2004).

Bu sahnede Naci Bey ve Aliye bulunmaktadır. Naci Bey Aliye'ye içinde para olan bir zarf vermektedir. Aliye şaşırır. Naci Bey bu parayı onun hak ettiğini belirtir. "... *Aliye senin müthiş bir guston var. Allah vergisi bir yeteneğin var.*" Onun sahip olduğu kişisel yetenek vurgulanarak, tekrar gündem gelmekte ve parayı hak etmesinin nedeni olarak açıklanmaktadır. Ayrıca Aliye'nin dikiş konusundaki yeteneğinin, dikiş bilgisi temelli olmadığı sanki farklı bir şey olduğu "... *Şık şık iki hareket yapıyorsun. Elbisenin ruhu değişiyor ...*" ifadesinden anlaşılmaktadır. Herkesin anlamadığı ama Aliye'ye özgü bir şekilde, elbise üzerinde yapılan işlemler o nesneye bambaşka bir özellik kazandırmaktadır. Kişisel olarak ona özgü, sadece onun sahip olduğu özellikler neticesinde Aliye'nin başarıyı elde etmiş olduğu anlamı verilmek istenilmektedir. Bu noktada kişiye özgü özelliklere sahip olmak bir nevi şans anlamını da içinde barındırmaktadır. Herkese nasip olmayan bu özellik Aliye'de mevcuttur. Başarı, kişilerin sahip oldukları belli yeteneklerle ve şans eseri bir biçimde bazı kişilerde olan özelliklerle ortaya çıkabilir, anlamı dizide sunulmaktadır. Eğer bu özel yeteneğe sahipseniz başarı çok kısa sürede elde edilebilir. Bu açıdan başarı toplumsal yaşamda belli yeteneklere sahipseniz elde edebileceğiniz bir fırsattır. Ancak bu yetenek eğitim, bilgi birikimi temelinde ortaya çıkan bir yetenek de değildir. Kişiyi özel bir yetenektir. Aliye bu açıdan diğer insanlardan farklıdır. Başarı, bu farklılıklara sahip, kişiye özgü yeteneklere sahip kişilerin elde edebileceği bir imkân olarak yansıtılmaktadır. Yukarıdaki diyalog ile olay örgüsüne⁵ bütünsel olarak bakıldığında bu anlatımdan ortaya çıkan anlam: Başarı, çalışan, bilgi birikimi olan, bir işe zaman harcayarak uzun süre emek veren herkese açık değildir. Bu anlamda toplumda diğer insanlardan farklı olan, belli yeteneklere sahip olanlara açık olan imkânlar ve fırsatlar vardır.

On dokuzuncu bölüm:

"Refiye: Hoş geldin

Naci: Hoş geldin

Aliye: Günaydın. Geç kaldım Naci Bey kusura bakmayın faturaları yatırmak için

Naci: Bırak şimdi faturayı... sana müthiş bir haberim var.

Aliye: Hayrola

Naci: Geçen hafta bir tekstil firmasına senin modellerini göstermiştim ya

Aliye: Evet

Naci: Bizim atölyede seri üretim istiyorlar.

Refiye: Bu iyi bir şey değil mi Naci Bey?

Naci: Ne demek Refiye Hanım iyi olmaz mı? Harika bir şey... Aliye'nin modellerini satın alacaklar. Hiç beklemiyordum bu kadara çabuk ilgileneceklerini. Seninle mutlaka tanışmak istiyorlar. Cenk Bey sabahleyin cebimden aradı arabada. Ben de bir havaya girdim ki sorma. Bugün 2 gibi toplantıya buyrun dedim, hem de atölyeyi görürsünüz dedim." (Aliye, 2004).

Bu sahne atölyede geçmektedir. Moda evinde çalışmaya başlayan Aliye'nin komşusu Refiye, Naci Bey, Çimen oturmakta, Aliye içeri girer ve konuşmaya başlarlar. Naci Bey'in bir önemli haberi vardır. Bir tekstil firması Aliye'nin modellerini görüp beğenmiştir ve satın almak istemektedir. Naci Bey'in atölyesinde üretilmek üzere seri üretim planlanmaktadır. Firma

⁵ Aliye'nin iş yaşamıyla sınırlandırılmış olan olay örgüsü kastedilmektedir.

yetkilileri Aliye ile tanışmak ve görüşme yapmak istemektedirler. Naci Bey de görüşme için bir toplantı planlamıştır. Naci Bey, konuşmasında kendisinin de bu kadar zaman içinde modelleri beğeneceklerini beklemediğini belirtmektedir. Bu durum, Naci Bey için de şaşırtıcı olmuştur. Aliye moda evindeki yükselişinin yanında başka bir firmayla birlikte yeni bir iş girişiminde bulunma konusunda da ilerleme kaydetmektedir.

Yirmi dördüncü bölüm:

“Naci: Maşallah işler çok iyi Aliye. Cenk Beyle çok iyi ahbab olduk. Şimdi Almanya’yla ihracat yapacak.

Aliye: Çok sevindim Naci Bey.

Naci: İşlerimiz daha da artacak. Adam senin yeni bir şeyler çalışmanı istiyor.

Aliye: Ne gibi?

Naci: Spor giyim falan. Bir toplantı yaparız. Ayrıntısıyla anlatır. İş çok ciddiye bindi, anlayacağın. Fason atölyesi harıl harıl.

Aliye: Çalışırız Naci Bey merak etmeyin.” (Aliye, 2004).

Aliye’nin modelleriyle seri üretim olarak üretilen ürünler artık yurtdışında satılmaya başlayacaktır. İşler büyümüştür. Üretim yoğun olarak devam etmektedir. Hatta daha da büyümeye devam edecek gibi görünmektedir. Firma, farklı bir giyim tarzında da üretim yapmak isteyerek ürün çeşidini arttırmak istemektedir. Daha yoğun bir çalışma temposu Aliye’yi beklemektedir.

Yirmi altıncı bölüm:

“Naci: Hasta Çocuklara Hayat Vakfı diye bir şey duydun mu?

Aliye: Evet

Naci: Vakıf yararına bir defile yapabilir miyiz diye soruyorlar. Nerden biliyorlar bizi?

Refiye: Her mecmuada buranın adı geçiyor Naci Beycim niye bilmesinler.

Naci: Doğru, ünlü olduk artık. Yapsak mı Aliye?” (Aliye, 2004).

Moda evinde Naci Bey, Refiye ve Aliye defile teklifini değerlendirmektedirler. Defile teklifi ve diğer gelişmeler sonucunda artık herkes tarafından tanınan bir moda evi olduklarını düşünmektedirler.

Yirmi sekizinci bölüm:

“Çimen vd. çalışanlar: Tebrikler Naci Bey çok şahaneydi.

Naci: Teşekkür ederim hanımlar sizin sayenizde, hepinize çok teşekkür ederim.

Çalışanlar: Rica ederiz.

Naci: Hadi Aliye.

Aliye: Ne oldu?

Aliye: Selama çıkacağız.

Aliye: Biz mi!?

Naci: Hadi hadi.

Aliye: Ben çıkmam, siz çıkın

Naci: Ne demek ben çıkmam bu senin kreasyonun çıkacaksın kızım.

Aliye: Teşekkür ederim Naci Bey ama siz çıkın ne olur. Pek sevmiyorum böyle şeyleri, hem böyle çıkamam...

Naci: Hadi...” (Aliye, 2004).

Defilede kıyafetler tanıtılmıştır. Defile sahibinin sahneye gelerek selam vermesi aşaması gelmiştir. Sahne arkasında, Naci Bey ve tüm çalışanlar bir aradadır. Tüm çalışanlar büyük bir sevinçle Naci Bey'i tebrik ederler. Naci Bey, Aliye'ye birlikte sahneye çıkarak selam vereceklerini söyler. Aliye hikâyenin bütünü içinde hep iyi niteliklere sahip olarak yansıtılmaktadır. Bu aşamada da bu tutumu devam eder, Aliye mütevazı davranarak, sahneye çıkmayacağını belirtir. Naci Bey'in çıkmasını istemektedir. Hikâyenin bu aşamasında da, ortaya çıkan başarının Aliye'nin kendi eseri olduğu vurgusu Naci Bey'in ağzından bir kez daha ifade edilmektedir. *“Ne demek ben çıkmam bu senin kreasyonun çıkacaksın kızım.”*

Toplumsal yaşamda kadının üretime katılması ve sosyal yaşamda yükselmesi bağlamında kadının başarı hikâyesini dizide vurgulamak anlamlı görünmekle birlikte, bu süreci deneyimle, bilgi birikimiyle toplumsal bir sürecin sonunda gerçekleşen bir başarı olarak vurgulamak yerine sadece kişisel yetenekle hızlı bir yükselme süreci olarak açıklanmıştır. Kadının üretime katılması ve iş hayatında yükselmesi toplumsal yaşamda emek, zaman, deneyim, bilgi birikimi ve yoğun bir çaba gerektirmektedir. Bu dizide uzun yıllarını moda evine veren kadın çalışan ya da çalışanlar değil de yeni işe giren Aliye karakteri başarıyı kişisel yeteneğiyle kısa sürede elde etmektedir. Deneyim, bilgi birikimi, zaman faktörlerinin başarıyı elde etmedeki merkezi rolü vurgulanmamış aksine deneyimli diğer kadın çalışanlara rağmen Aliye'nin hızlı yükselişiyle sadece Aliye'nin özelde sahip olduğu özellikler vurgulanmıştır.

Söylemde birinci düzeyde ortaya çıkan anlam, başarının kolaylıkla elde edilebileceğidir. Başarının zor değil, kolay olduğunun dizide altı çizilmektedir. Anlatılmak istenilen başarının kısa sürede elde edilebileceğidir. Dizide aktarılan anlam hayata tutunmanın, iş yaşamında başarılı olmanın kısa sürede mümkün olabileceğidir.

Dizinin söyleminde ikinci düzeyde ortaya çıkan anlam ise, yetenekli iseniz toplumsal yaşamda başarılı olmanız mümkündür. Dolayısıyla dizide ortaya konan söylemde ilk ortaya çıkan anlamının altında, bir koşul bulunmaktadır. O koşul da yetenektir. Yetenek herkeste var olan bir özellik midir? Şans eseri bazı insanlarda görülen bir özellik midir? Yetenek görece bir konu mudur? Yani her insan kendini belli bir konuda yetenekli olarak düşünebilir mi? Bu açıdan yetenek muğlak bir kavramı mıdır? Yoksa eğitim aracılığıyla insanda var olan yetenekler açığa mı çıkar? Yetenek gelişebilen bir özellik midir? Yeteneğin gelişebilmesini sağlayan imkanlar toplumsal koşullarda saklı mıdır? Yetenek, hangi koşullarda -şans, genetik ya da imkanlar neticesinde- ortaya çıkmış olursa olsun herkeste olmayan bir özelliktir. Bu açıdan başarı söyleminde, başarı herkese açık değil, yetenekli olana açık bir çerçevededir. Bunun yanında bir diğer konu da, yeni koşullarda kişisel yetenek; deneyim ve bilgi birikiminden daha öncelikli hale gelmiş durumdadır. Dizideki söylemde daha öncelikli hale gelmenin yanında, deneyim, bilgi birikimi, emek sarf etmek ve sonucunda yeteneğin gelişmesi birbirleriyle ilişkili bir sürecin sonunda ortaya çıkmamaktadırlar. Oysa, sosyolojik anlamda; deneyim, bilgi birikimi, zaman harcamak, emek sarf etmek yoluyla ortaya çıkan yetenek toplumsal koşullarda ve bir süreç içerisinde meydana gelmektedir. Süreç içerisinde gerçekleşmesi dahi bir toplumsallık içerir. Ancak dizideki söylem içerisinde yetenek, bireysel boyutta yani toplumsal koşullardan soyutlanarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla dizide, başarı sadece kişisel yeteneğe

indirgenmiştir. Kişisel yetenek de, içinde oluşacağı toplumsal koşullardan soyutlanarak sadece bireysel koşulların ürünü olarak dile getirilmektedir. Bu yetenek tanımlaması Sennett'in ifade ettiği yeni kapitalist koşullarda istenilen yetenekle uyumlu görünmektedir.

Genel olarak bakıldığında, dizi gerçekliği ile aktarılan örnekte bireylerin toplumsal statülerinde yükselme anlamında farklılaşması, toplumsal ilişkilerde elde edilen başarı sadece bireysel olarak sahip olunan özelliklerle ilişkilendirilerek ele alınmaktadır. Yani başarının, toplumsal boyutu üzerinde durulmamaktadır. Başarı, toplumsal bağlamından kopartılarak bu dizide ele alınmaktadır. Başarı, kişisel özelliklere ve özellikle de yeteneğe indirgenmektedir. Başarının küresel, toplumsal, kültürel ve bireysel şartların toplamında ortaya çıkan bir sonuç olduğu dizi gerçekliğine yansımamaktadır. Bu anlamda, *Aliye* dizisi yoluyla aktarılanlar, toplumsal yaşamda karşılaşılan örnekler göre sıra dışı kalmaktadır. Ancak diziler genel anlamda gösterdikleri özellikler itibarıyla; süreklilik, inandırıcılık özellikleriyle ve sunmaya çalıştığı dünya açısından gerçeklik iddiasındadırlar. Yeniden üretilen dizi gerçekliği ile bireysel başarıların altı çizilmektedir. Toplumsal gerçekliklerden kopuk bir başarı tasavvuru sunulmaktadır. Dolayısıyla başarının bireysel özellikler, koşullar ve imkanlarla oluştuğu anlamı bu dizide tekrarlanarak yeniden üretilmektedir. Başarı-başarısızlığın; dizi gerçekliğinin etkisiyle toplumsal etmenlerin dışında sadece bireye has özellikler, yetenek ve şans ile açıklanmasına bağlı bir başarı-başarısızlık algısının yeniden üretilmesi söz konusudur. “Çağdaş kitle iletişim araçları bugün hem zenginliği hem de fakirliği çok çalışmanın yanında ‘şansa’ bağlayarak benzer kaderciliği teşvik etmektedir.” (Erdoğan ve Alemdar, 2002, s. 333). Dizide aktarılan başarı özeldir kişinin kendi sahip olduğu *yetenek* gibi kişisel özelliklere bağlanır ve dizi gerçekliğinde başarı çok sık olarak karşımıza çıkar ancak toplumsal pratikte ise, birey başarı sağlayamadığında bu kez başarısızlık içselleştirilerek, bireyselleştirilir. Kişisel başarılar, başarısızlıklar, sorumluluklar, meslek yaşamları yerinden çıkarıcı koşullarda bireyselleştirdiği için güvensizlik, kaygı gibi duygular yeni kapitalist koşulların insan psikolojisi üzerindeki etkileri olarak açığa çıkar.

Küresel değişim ve dönüşümlerin, belirsizliklerin, kapitalizmin beraberinde getirdiği şartların bütünü dizideki anlatıma yansımamaktadır. Bunun yanında başarı için gerekli bağlamlar olarak deneyimin, bilgi birikiminin, emek ve zaman sarf etmenin, başarı ya da başarısızlık ile anlamsal ilişkisi yok sayılmaktadır. Başarının ya da başarısızlığın toplumsal bağlamları kaybolmakta, bu televizyon dizisi örneğinde başarının bireysel anlamları güçlenmektedir. “Kişinin hayatını dolduran iyi ve kötü [başarı- başarısızlık]⁶ için sadece o kişi sorumlu tutulur ya da suçlanır. Ve «bütün hayat öyküsü» nün anlatılma tarzı bu varsayımı bir aksiyom mertebesine yükseltir.” (Bauman, 2005, s.19).

Giddens'in (2014, s.33) yerinden-çıkarma olarak nitelendiği modern koşullarda toplumsal ilişkilerin bağlamlarından koparılması ve mekânsal zamansal yeni meselelerle ilişkilendirilmesi dizi gerçekliğinde de karşımıza çıkmaktadır. Giddens'in yaklaşımından hareketle denilebilir ki, öncelikle yetenek kavramı bağlamından kopartılmakta, daha sonra başarı kavramı

⁶ Parantez içi makale yazarı tarafından eklenmiştir.

bağlamlarından kopartılmaktadır. Ancak toplumsal olaylar karmaşık bir bütünlük içindedir. Birey kendi yaşamında içinde bulunduğu küresel, geç kapitalist, toplumsal, kültürel, ekonomik şartların belirleyiciliği içerisindedir. Bu koşullarda bağlamından kopartılan başarı algısı ile bireylerin yaşam pratikleri çeliştiğinde ise yine Giddens'in çözümlemesinden hareketle bağlamından kopartılmış başarısızlığın yeniden üretilen alanı-çerçevesi sadece bireyden ibaret olduğu için başarısızlık birey tarafından içselleştirilir. Dizi gerçekliği ve yaşanan gerçeklik arasındaki farklılığa dair insanların bu farklılığı bireysel alana yeni anlamlar yükleyerek aştığı söylenebilir. Güvensizlik, kaygı, güçsüzlük duygusu bu bağlamda açığa çıkar. "Modernitenin mümkün kıldığı hayat tarzı seçenekleri hem birçok elde-etme fırsatı sunar, hem de güçsüzlük duyguları üretir." (Giddens, 2014, s. 251).

Sonuç

Diziler, gösterdikleri inandırıcılık, süreklilik gibi özellikleriyle bunun yanında gerçekliği yeniden inşa ederek, yerinden çıkararak yarattıkları dizi gerçekliğini toplumsal gerçeklik olarak sunmaktadırlar. Dizi çözümlemesinde ortaya çıkan başarı söylemi incelendiğinde, yüzeydeki anlam başarının kolaylıkla elde edilebileceğidir. Dizideki söylem daha derinlemesine analiz edildiğinde altta yatan anlam ise, başarının yetenek ile mümkün olabileceğidir. *Aliye* dizisinde başarının tek göstergesi vardır. O gösterge de kişisel yetenektir. Dizideki söylemde, yetenek özel bir durum gibi sunulmaktadır. Dolayısıyla yetenek herkeste olmayan bir özellik haline gelmektedir. Bu açıdan söylemde ortaya çıkan anlam, başarının herkese açık değil, kişisel yetenek sahibi olan kişilere açık bir nitelikte olmasıdır. Ancak bu noktada söylem içerisinde yeteneğin nasıl tanımlandığı da önem taşımaktadır. Söylemde ifadesini bulan şekliyle, yeteneğin kaynağının eğitim, bilgi birikimi, deneyim, süreç ile olan ilişkiselliği kurulmamıştır. Yani dizinin başarı söylemi, bir süreç içerisinde meydana gelen bu açıdan da toplumsal özellikler gösteren bir yapıda değildir. Toplumsal özelliklerden, zamansallıktan, birikimsellikten soyutlanmış bir yetenek tasviri söz konusudur. Buna ek olarak dizideki söylemde kişisel yetenek; deneyim ve bilgi birikiminden daha geçerli ve daha öncelikli bir değerde sunulmaktadır. Dolayısıyla dizide saptanan bu özelliklerin yeni kapitalist koşullarla ilişkili olduğu da anlaşılmaktadır. Geç kapitalist koşullarda yetenek; deneyim, bilgi birikimi ve bir işe zaman harcamak karşısında daha az önem taşır hale gelmiştir. Geç kapitalist ve modern koşullar düşünümsel bir biçimde, bir iş alanında başarılı olmayı, yükselmeyi, statü sahibi olmayı sadece kişisel yeteneğe indirgemıştır. Dolayısıyla yeteneği ve başarı-başarısızlığı bağlamından kopartarak yeniden üretmiştir. Yetenek kavramını da toplumsal ilişkilerden ve koşullardan kopuk ve bağımsız olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte başarı, geç kapitalist ve modern koşullarda kolay elde edilen bir özellikte tanımlanmıştır. Başarı, sadece kişisel koşullarla, özelliklerle ve yetenekle somutlaşan bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Başarı söylemi, kolay elde edilen ve sadece kişisel özelliklerle yani kişisel yetenekle elde edilen bir yapıya sahiptir. Başarı ve başarısızlığın yeniden üretilen kapsamı, alanı bireysel alandan ibarettir. Dolayısıyla, bireyin karşılaştığı toplumsal sorunların aşılması noktasında; başarısızlıkların nedeninin bireysel nedenlerle sınırlanmasına ve çözümün, sadece bireysel boyutta çözümlerle aranmasına neden olacaktır. Yetenek, başarı kavramları geç kapitalist ve modern etkilerle bağlamında kopartılmakta sadece bireyin alanına ait bir mesele olarak nitelenmektedir. Başarı ya da başarısızlık; küresel, geç kapitalist şartlar, buna ek olarak bireysel özellikler ve şartlar

bağlamında ortaya çıkabilen ya da ortaya çıkmayan sosyal bir sonuçtur. Geç kapitalist ve geç modern kültürün etkisiyle televizyon dizisinde başarının, yeteneğin bireysel anlamları güçlenmekte, başarı-başarısızlık bireyselleştirilerek, içselleştirilmektedir.

Kaynakça

- Adorno, T. W., Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan (Çev.). İstanbul: Kabalcı.
- Baudrillard, J. (2016). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri Yapıları*. Hazal Deliceçaylı & Ferda Keskin (Çev.). 8. Basım. İstanbul: Ayrıntı.
- Baudrillard, J. (2018). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Oğuz Adanır (Çev.). 12 basım. Ankara: Doğu Batı.
- Bauman, Z. (2005). *Bireyselleşmiş Toplum*. Yavuz Alogan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2013). *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları*. İ. Türkmen (Çev.). 2. Basım. İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2014). *Modernite, Kapitalizm, Sosyalizm: Küresel Çağda Sosyal Eşitsizlik*. Doruk Ergun (Çev.). 2. Basım. İstanbul: Say.
- Cheviron-Tutal, N. (2013). *Televizyon ve İçimizdeki Şiddet*. İstanbul: Kırmızı.
- Doyuran, L. (2018). Medyatik Bir Çalışma Alanı Olarak Eleştirel Söylem Çözümlemesi (Televizyon Dizileri Örneğinde). *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 301-323.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2002). *Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk.
- Erol, E. G. (2009). Asmalı Konak Dizisi ve Filmi Üzerine Anlatı Kuramı Açısından Bir Değerlendirme. *Erciyes İletişim*, Ocak, 100-114.
- Fairclough, N. (2015). Söylemin Diyalektiği. *Söylem ve İdeoloji*. 2. Baskı. İstanbul: Su.
- Fiske, J. (2014). Postmodernizm ve Televizyon, *Medya Kültür Siyaset*. Süleyman İrvan (Der.). 3. Basım. Ankara: Pharmakon.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel-Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. Ümit Tatlıcan (Çev.). 2. Basım. İstanbul: Say.
- Güven-Akdoğan, Ö. (2019). Kadınların Finansal Okuryazarlığı ve Finansal Becerileri Üzerine Bir Yerli Dizi Analizi. *Selçuk İletişim*, 12(1), 255-275.
- Harvey, D. (2010). *Postmodernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri*. S. Savran (Çev.). 5. Basım. İstanbul: Metis.
- Hobsbawm, E. (2008). *Devrim Çağı: Avrupa 1789-1848*. B. Sina Şenel (Çev.). 5. Baskı. Ankara: Dost.
- İlhan, V. (2014). *Medya Çalışmalarında İzleyici: Popüler Bir Tür Olarak Televizyon Dizileri ve İzlerkitle Olarak Gençler*. Ankara: Gece.

- Jameson, F. (1994). *Postmodernizm yada Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. N. Plümer (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.
- Kökpınar-Kaya, E. (2017). Dilsel Kod ve Gösterge Arayüzünde 'Zengin' ve 'Fakir' İnşası: Bir Yerli Televizyon Dizisinin Eleştirel Söylem Çözümlemesi. *Sosyoloji Konferansları - Istanbul Journal of Sociological Studies*, 56, 43-66. <https://doi.org/10.18368/iusoskon.328521>
- Mandel, E. (2013). *Geç Kapitalizm*. Candan Badem (Çev.). 2. Baskı. İstanbul: Versus.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: TRT.
- Otan, O. (2014). *Televizyonda Gerçeklik Algısı*. İstanbul: Agora.
- Özdemir, H. (2018). Türkiye'de Yerli Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Kadının Sunumu: Aşk-I Roman Örneği. *Sınırsız Eğitim Araştırma Dergisi*, 3(1), 90-107.
- Özsoy, A. (2011). *Televizyon ve İzleyici: Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*. Ankara: Ütopya.
- Postman, N. (2014). *Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. Osman Akınhay (Çev.). 5. Basım, İstanbul: Ayrıntı.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*. Ankara: Ütopya.
- Ritzer, G. (2016). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. Funda Payzın (Çev.). 4. Basım. İstanbul: Ayrıntı.
- Sennett, R. (2011). *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. Aylin Onacak (Çev.). 2. Basım. İstanbul: Ayrıntı.
- Sennett, R. (2017). *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Karakter Üzerindeki Etkileri*. B. Yıldırım (Çev.). 12. Basım. İstanbul: Ayrıntı.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları: Kuramlar ve Metodlar*, Koray Kardeşahin (Çev.). İstanbul: Babil.
- Tunç, Y., G. Kucur, G., Bilal, M. (Senaryo yazarı). (2004). Aliye [Televizyon dizisi].
- Ünür, E. (2015). *Yerli Dizilerdeki Kimlik Kalıpları*. Konya: Eğitim.



Yenilenebilir Enerji Kaynağı Kullanımının Çevre Kirliliği Üzerindeki Etkisinin Araştırılması: Sürekli Dalgacık Uyumu Modeli Yaklaşımı¹

Investigation of the Effect of Renewable Energy Resources on the Environment Pollution:
Continuous Wavelet Coherence Model Approach

Öğr. Gör. Dr. Sevda Kuşkaya² - Prof. Dr. Faik Bilgili³

Başvuru Tarihi: 15.10.2018

Kabul Tarihi: 23.12.2019

Öz

Sera gazları, yeryüzü sıcaklığı üzerinde doğrudan etkisi olan ve yoğunluğu aşırı arttığında küresel ısınmaya yol açan atmosfer bileşenleridir. Artan enerji ihtiyacı ve beraberinde getirdiği küresel ısınma hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ortak sorunu haline gelmiştir. Bu nedenle, küresel ısınmanın kontrol altına alınmasında yenilenebilir enerji kaynakları kullanımının, karbondioksit (CO₂) emisyonu üzerindeki etkisinin araştırılması önemli bir araştırma konusudur.

Ülkelerin CO₂ emisyonları dikkate alındığında, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ilk sıralarda yer almaktadır. Bu duruma ek olarak hem enerji verilerine erişilebilirlik hem de kullanılan enerji değişkenlerinin yüksek frekansa sahip olması nedeniyle analiz için ABD tercih edilmiştir. Dalgacık uyumu (wavelet coherence) yöntemlerinden birisi olan Morlet dalgacık uyumu modelinin kullanıldığı çalışmada, 1989:1-2017:8 dönemi dikkate alınmıştır. ABD'nin biyoyakıt tüketimi, toplam biyokütle enerji tüketimi, odun enerji tüketimi, hidroelektrik enerji tüketimi, sanayi üretim endeksi, toplam fosil yakıt tüketimi, nükleer enerji tüketimi ve toplam enerji ile ilişkili karbon dioksit emisyonu değişken olarak modele dahil edilmiştir. Analiz neticesinde; biyoyakıt ve toplam biyokütle enerji kullanımı ile CO₂ emisyonu arasındaki ilişkinin negatif korelasyona sahip olduğu faz aralıkları belirlenmiştir. Böylece, yenilenebilir enerji kaynağı kullanımının CO₂ emisyonuna öncülük ederek, emisyonu azalttığı dönemlerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çevre Kirliliği, CO₂ Emisyonları, Dalgacık Uyumu, Enerji Tüketimi

¹ Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı "Küresel Isınmanın Kontrol Altına Alınmasında Takip Edilen Enerji Politikalarının Etkinliği: Bir Sürekli Dalgacık Uyumu Modeli Yaklaşımı" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

² Erciyes Üniversitesi, Adalet MYO, sevdakuskaya@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4527-5713

³ Erciyes Üniversitesi İİBF, fbilgili@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4138-6897

Abstract

Greenhouse gases are atmospheric components that directly affect the earth's temperature and cause global warming when the intensity increases excessively. Increasing the energy demand and global warming has become the common problem of both developed and developing countries. For this reason, it is important to investigate the effect of the usage of renewable energy sources on carbon dioxide (CO₂) emissions to control global warming.

The United States (USA) is in the first place when countries' CO₂ emissions are taken into account. In addition to this, the USA has been preferred for analysis because of both its accessibility to energy data and the high frequency of energy used. As a method of analysis, Morlet wavelet analysis, which is one of the wavelet adaptation methods, has been preferred. As variables in the article; US biofuel consumption, total biomass energy consumption, wood energy consumption, hydropower consumption, industrial production index, total fossil fuel consumption, and finally total carbon dioxide emissions were used. As a result of the analysis; periods in which there is a negative correlation between the use of biofuel, and total biomass energy use, and CO₂ emissions have been phase difference have been determined. Thus, it has been founded that the usage of the renewable energy source reduces the emission by leading to the CO₂ emission of usage.

Keywords: *Environment Pollution, CO₂ Emissions, Wavelet Coherence, Energy Consumption*

Giriş

Enerji, ülkelerin ekonomik ve üretim faaliyetleri açısından hayati öneme sahip bir kaynaktır. Bir sistemin kendisi dışında etkinlik üretme yeteneği (Kayfeci, 2011, s.2), şeklinde tanımlanan enerjiye olan talep her geçen gün artmaktadır. Bunun en önemli nedenleri arasında artan nüfus ve nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla artan üretim faaliyetleri gelmektedir. Üretimin temel bileşenlerinden biri olan enerji, kaynak bakımından yenilenemeyen enerji (geleneksel enerji) ve alternatif enerji (yenilenebilen enerji) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Yenilenemeyen enerji kaynağı, salınımı insan müdahalesine bağlı olan ve statik enerji depolarından elde edilebilen enerjidir. Bu enerji, pratikte izole edilmiş bir potansiyele sahiptir ve enerji akımını başlatmak için bir dış etkiye ihtiyaç duymaktadır (Acaroğlu, 2007, s.2). Yenilenemeyen enerji kaynakları; doğal gaz, kömür, petrol ve nükleer (uranyum, toryum) enerji şeklinde sıralanabilmektedir. Bu kaynaklar fosil enerji kaynakları olarak da adlandırılmaktadır. Yenilenebilir enerji ise; doğal çevreden sürekli veya tekrarlamalı olarak devam eden kaynaktan elde edilebilen enerji türüdür. En yaygın olanı, 24 saat enerji sağlayan güneştir. Bu enerjilerin temel özelliği, geleneksel enerji kaynaklarının aksine herhangi bir dış etkene gerek duyulmaksızın çevrede doğal halde bulunmalarıdır. Başka bir ifadeyle, enerji akımını başlatmak için herhangi bir dış etkiye ihtiyaç duyulmamaktadır. Alternatif enerjiler; güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, gel-git enerjisi, hidroelektrik enerji, jeotermal enerji ve biyokütle enerjisinden oluşmaktadır (Irsps, 2009, s. 202; Acaroğlu, 2007, s. 2).

Yenilenebilir enerji kaynaklarından biri olan biyokütle, biyolojik kökenli enerji kaynaklarını tanımlamak için kullanılan bir ifadedir. Bu terim; ağaçlar, ekinler ve yosunların yanı sıra tarım

ve orman atıklarını da içeren geniş bir kavramdır. Tüketim açısından biyokütle enerjisi; ısınma, elektrik üretimi ya da taşıtlarda yakıt olmak üzere birçok alanda kullanılmaktadır (WES, 2015, s. 241). Ayrıca biyokütle, orijinal formunda yakıt olarak kullanılabilmesinin yanı sıra farklı türde katı, sıvı veya gaz biyoyakıtlara rafine edilebilmektedir. Biyokütle enerjisinden ısı veya elektrik enerjisi üretilmesi durumuna biyoyakıt denilmektedir. Biyoyakıtlar; tarım, ormancılık, belediye atıkları, şeker, hububat ve bitkisel yağ gibi ürünlerden üretilmektedirler (Worldenergy, 2018). Biyokütle ve biyoyakıt gibi biyolojik kökenli enerjilerin (biyoenerji) kullanımının sağladığı başlıca avantajlar aşağıda yer almaktadır (Bhattacharjee, 2012, s.13):

- Biyoenerji birçok alandan elde edilebilmektedir.
- Biyoenerji, atıklardan ve diğer organik materyallerden üretilmektedir. Bu durum hem çevre hem de ekonomi için maliyet tasarrufu sağlamaktadır.
- Eğer geniş miktarda biyoenerji kullanılırsa, fosil yakıt ithalatı azaltılarak ulusal ekonominin olumlu etkilenmesi sağlanabilmektedir.
- Özellikle bitkilerin biyokütle üretimi için kullanılması, CO₂ emisyon miktarını azaltarak çevreye pozitif katkı sağlamaktadır.

Bahsedilen avantajlar çerçevesinde çalışmada yenilenebilir enerji kaynakları olarak biyokütle ve biyoyakıt enerjileri ele alınmıştır. Bu doğrultuda çalışma dört bölümden oluşmuştur. İlk bölümde fosil enerji kullanımından kaynaklanan çevre sorunlarına yer verilmiştir. Bu başlık altında; küresel ısınma, sera gazı ve CO₂ emisyonu kavramlarına değinilmiştir. Devam eden bölümde yenilenebilir enerji kaynağı kullanımının sera gazı emisyonu üzerinde ki etkisini araştıran ampirik çalışmalar değerlendirilmiştir. Üçüncü bölüm ekonometrik analiz ve bulgulardan oluşmaktadır. İlgili bölüm, veri seti ve temel istatistiki özellikleri, analiz yöntemi ve analiz bulguları olmak üzere üç alt başlıktan oluşmaktadır. Son bölümde ise analiz sonuçları yer almıştır.

Fosil Enerji Kullanımından Kaynaklanan Çevre Sorunları

Fosil yakıt kullanımı kaynaklı çevre sorunlarının başında küresel ısınma ve iklim değişikliği gelmektedir. İklim değişikliği hem ülke ekonomilerini hem de insan yaşamını etkileyen önemli bir çevre sorunudur. Küresel ısınma ve dolayısıyla iklim değişikliği, doğal kaynakları yok eden bir süreç olmasından dolayı, günümüz ve gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarının karşılanması durumunu riske atmaktadır. Küresel ısınma teknik olarak, dünyanın atmosferinde meydana gelen, ortalama sıcaklıktaki artış olarak tanımlanmaktadır (Sorensen, 2014, s.1). Bu sıcaklık artışına neden olan atmosferin yapısında bulunan bazı gazlar vardır. Bu gazlar, sera gazları olarak adlandırılır. Sera gazları hem doğal hem de insan kaynaklı (antropojenik) oluşan atmosfer bileşenleridir. Bu gazlar; dünya yüzeyi, atmosfer ve bulutlar tarafından yayılan yeryüzüne ait radyasyon, ışık dizisi içindeki özel dalga boylarına sahip olan radyasyonu emer ve tekrar yansıtırlar. H₂O, CO₂, N₂O, CH₄, O₃ dünyanın atmosferinde doğal olarak bulunan başlıca sera gazlarıdır (IPCC, 2013, 1455). CO₂, CH₄ ve N₂O gibi sera gazları atmosferde doğal olarak oluşmalarına rağmen insan aktiviteleri, bu gazların atmosferdeki yoğunluklarını değiştirebilirler (EPA, 2015, ES2). Atmosferde doğal olarak bulunmayan insan aktiviteleri sonucu ortaya çıkan sera gazları da vardır. İnsanların üretim faaliyetleri sonucu ortaya çıkan sera gazlarının başında; hidroflorokarbonlar (HFC_s), perfluorokarbonlar (PFC_s) ve kükürt heksafluorid (SF₆) yer almaktadır (IPCC, 2013, 1455).

Sera gazları dünya yüzeyi, atmosfer ve bulutlar tarafından yayılan yeryüzüne ait radyasyon, ışık dizisi içindeki özel dalga boylarına sahip olan radyasyonu soğurur (absorbe eder) ve tekrar yansıtırlar. Bu özellik sayesinde sera gazları hesaplanan küresel sıcaklığı -18°C 'den $+15^{\circ}\text{C}$ 'ye yükselmesine neden olurlar. Meydana gelen bu ısınma olayı, sera etkisi olarak adlandırılmaktadır (Mitchell, 1989, s.115). Sera etkisi sayesinde yeryüzü olması gerekenden 33°C daha sıcaktır. Bu ısı artışı, yeryüzünü canlıların yaşayabileceği ortam koşullarına ulaştırmaktadır. Ancak özellikle sanayi devrimi sonrasında meydana gelen sera gazlarının atmosferde yoğunluklarındaki aşırı artış, yeryüzüne yakın atmosfer tabakaları ile yeryüzü sıcaklığının yapay olarak daha fazla ısınmasına neden olmuştur. Bu yapay sıcaklık artışı küresel ısınma olarak adlandırılmaktadır (Bayraç, 2011, s.232). Dünyanın yakın yüzeyinde sıcaklık artışı olarak tanımlanan küresel ısınma, geçmişte olan doğal etkilerin sonucu olarak ortaya çıkabileceği gibi, insan kaynaklı sera gazı salınımındaki artış sonucunda da oluşabilmektedir (IEA, 2016). Birçok bilimsel araştırma, fosil yakıt kullanımının, dolayısıyla karbon emisyonlarının sera etkisi ve küresel ısınmanın en önemli nedeni olduğunu ortaya koymaktadır (Tuna, 2000, s.7). Bu nedenle çalışmada sera gazı emisyonu açısından CO_2 emisyonu dikkate alınmıştır. Son yıllarda CO_2 emisyonunu azaltmaya yönelik çalışmalar, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından önem kazanan bir konudur. Dolayısıyla çalışmada hem CO_2 emisyonu bakımından dünyada Çin'den sonra 2. ülke olması (Europa, 2018) hem de enerji verilerine ulaşılabilirlik açısından Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin durumu değerlendirilmiştir.

Literatür Taraması

Literatür özetinde yenilenebilir enerji kaynağı kullanımı ve sera gazı emisyon azaltımı ile ilgili ampirik çalışmalara yer verilmiştir.

Say ve Yücel (2006) Türkiye'nin enerji sektörünü, 1970-2002 dönemi için incelemişlerdir. Toplam enerji tüketimi, ekonomik büyüme ve nüfus artışını kullanarak model oluşturmuşlardır. Ayrıca toplam enerji tüketimi ile toplam CO_2 emisyonu arasındaki ilişkiyi de araştırmışlardır. Bunun için ise, regresyon analizi yöntemini tercih etmişlerdir. Neticede, Türkiye'de enerji tüketimi ve CO_2 emisyonu arasında güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca enerji tüketiminin GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) üzerinde pozitif etki oluştururken, CO_2 emisyonun da enerji tüketimi üzerinde pozitif etki yarattığını tespit etmişlerdir. Soytaş vd. (2007) CO_2 emisyonu, enerji tüketimi ve gelir değişkenlerini kullanarak, ABD'de 1960-2004 dönemi için enerji tüketiminin karbon emisyonu üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre; ABD'de gelir ile karbon emisyonu arasında uzun dönemde herhangi bir ilişkiye rastlanmaz iken, gelir ile enerji tüketimi arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Soytaş ve Sari (2009) Türkiye için 1960-2000 yılları arasında CO_2 emisyonu, enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişkiyi Granger nedensellik analizi kullanarak araştırmışlardır. Analiz neticesinde; Türkiye'de karbon emisyonu, enerji tüketiminin Granger nedeni iken bu durumun tersinin geçerli olmadığını ifade etmişlerdir. Zhang ve Cheng (2009) Çin ekonomisi için 1960-2007 dönemine ait verileri kullanarak ekonomik büyüme, enerji tüketimi ve karbon emisyonu arasında bir ilişki olup olmadığını ve varsa bu ilişkinin yönünü tespit etmeye çalışmışlardır. Granger nedensellik modelinin kullanıldığı araştırmada, uzun dönemde enerji tüketiminden karbon emisyonuna

doğru tek yönlü nedensellik olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca GSYİH'dan enerji tüketimine doğru tek yönlü nedensellik olduğu da tespit edilmiştir. Jalil ve Mahmud (2009) 1975-2005 dönemini inceleyerek, Çin ekonomisi için Çevresel Kuznet Eğrisi (EKC)'nin geçerliliğini test etmişlerdir. EKC hipotezi çevresel koşulların bir göstergesi olarak; kişi başına CO₂ emisyonu, enerji tüketimi, ekonomik büyüme ve dış ticaret değişkenleri kullanılarak ARDL modeli kapsamında incelenmiştir. Araştırmacılara göre; CO₂ emisyonu, uzun dönemde gelir ve enerji tüketimi tarafından belirlenmektedir. Ekonomik büyüme ise, CO₂ emisyonuna neden olmaktadır. Çin için CO₂ emisyonu ve dış ticaret ilişkisi dikkate alındığında, dış ticaretin CO₂ emisyonu üzerinde pozitif fakat istatistiki olarak anlamsız bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Menyah ve Rufael (2010) ABD'de 1960-2007 dönemi için CO₂ emisyonu, yenilenebilir ve nükleer enerji tüketimi ve reel GSYİH arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmışlardır. Çalışmada, nükleer enerji tüketiminden CO₂ emisyonuna doğru tek yönlü negatif ilişki belirlemişlerdir. Bu durum, nükleer enerji kullanımının CO₂ emisyonunu azalttığı anlamına gelmektedir. Buna karşın, yenilenebilir enerji kullanımı ve CO₂ emisyonu arasında hiçbir nedensellik ilişkisine rastlamamışlardır. Sonuç olarak araştırmacılar, ABD'de CO₂ emisyonunu azaltmak için nükleer enerji tüketiminin artırılması gerektiğini önermişlerdir. Iwata vd. (2012) 1977-2003 yılları arasında elektrik üretiminde nükleer enerjinin rolünü dikkate alarak, 11 OECD ülkesinde CO₂ emisyonu için EKC hipotezini araştırmışlardır. ARDL yönteminin tercih edildiği çalışmada, nükleer enerji kullanımının sadece bazı ülkelerde CO₂ emisyonunu azalttığını belirlemişlerdir. Bilgili (2012) ABD ekonomisinde, 1990:1-2011:11 dönemi için biyokütle tüketiminin CO₂ emisyonunu azaltıp azaltmayacağını araştırmıştır. Biyokütle enerji tüketimi, CO₂ emisyonu ve fosil yakıt tüketiminin değişken olarak kullanıldığı çalışmada rejim değişimli eşbütünleşme analizi (cointegration analysis with regime shift) kullanılmıştır. Analiz neticesinde; fosil yakıt kullanımının CO₂ emisyonunu pozitif yönde etkilerken, biyokütle kullanımının CO₂ emisyonunu negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Saboori ve Sulaiman (2013) Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN)'nde 1971-2009 dönemi için CO₂ emisyonu, enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki eşbütünleşme ve nedensellik ilişkisini araştırmışlardır. Granger nedensellik, ARDL ve VECM modellerinin kullanıldığı çalışmada araştırmacılar, bütün ASEAN ülkelerinde enerji tüketimi ve CO₂ emisyonu arasında karşılıklı Granger nedensellik olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yousefi vd. (2014) İran'ın batısında, şeker pancarı tarımsal ekosistemleri için enerji kullanımı ve sera gazı emisyonları (CO₂, N₂O ve CH₄)'nin toplamalarını belirlemeye çalışmışlardır. 2012 yılı için 50 çiftçi ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak elde edilen verilerle göre, şeker pancarı çiftçiliğinin, toplam küresel ısınma potansiyelinin CO₂ eşitliği açısından; %27'sinin CO₂'den, %72'sinin N₂O'dan ve %1'inin ise CH₄'den kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Baek (2015) tarafından 12 nükleer enerji üreten ülke için 1980-2009 döneminde nükleer enerji tüketiminin, CO₂ emisyonu üzerindeki etkisini araştırılmıştır. CO₂ emisyonu, nükleer enerji tüketimi ve gelirin değişken olarak tercih edilen çalışmada panel eşbütünleşme yöntemi kullanılmıştır. Analiz neticesinde hem nükleer enerji kullanımının hem de ekonomik büyümenin CO₂ emisyonunu azaltma eğiliminde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada, nükleer enerji kullanımının çevre üzerinde zararlı etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır. Bilgili vd. (2016) ABD için 1983:1-2015:2 dönemini incelemişlerdir. Çalışmada biyokütle tüketiminin, CO₂ emisyonu üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Değişken olarak; CO₂ emisyonu, biyokütle

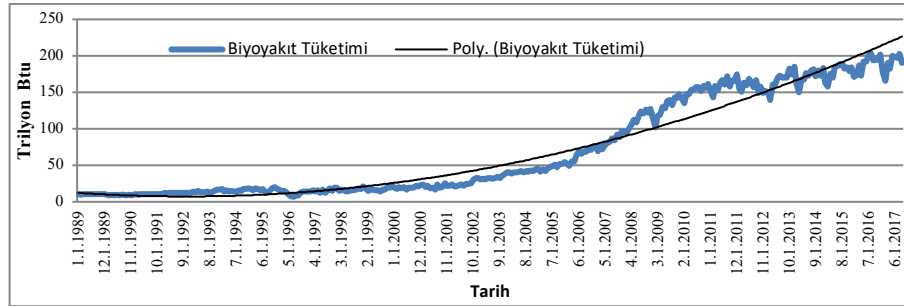
tüketimi, kömür tüketimi, petrol tüketimi ve doğalgaz tüketimi tercih edilmiştir. Dalgacık analiz yönteminin kullanıldığı makalede, biyokütle tüketiminin hem uzun hem de kısa dönemde ABD'nin CO₂ emisyonunu azaltmada etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ekonometrik Analiz ve Bulgular

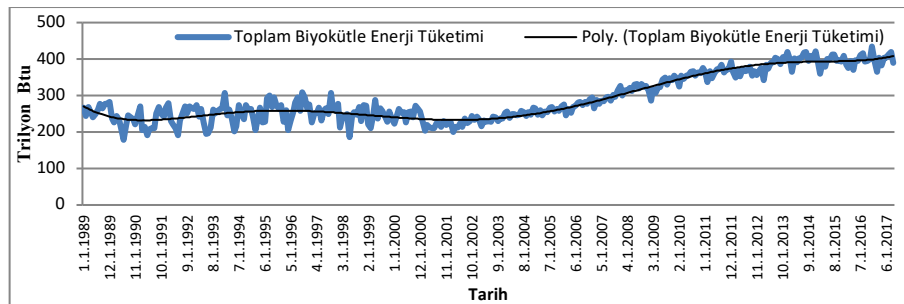
Veri Seti ve Temel İstatistiksel Özellikleri

Bu araştırmanın etkin bir şekilde yürütülebilmesi için ön koşul, ilgili değişkenlere ait gözlemlerin yüksek frekansa sahip olmaları gerekliliğidir. Bu amaç doğrultusunda, (i) yüksek frekansa sahip enerji üretim ve tüketim verilerine sahip olması, (ii) diğer takip edilebilecek yüksek frekanslı kontrol değişkenlere sahip olması, (iii) araştırma örneklemini olarak sera gazı emisyonu açısından Dünya'daki ikinci ülke konumunda olması, (iv) enerji verilerine de erişilebilirlik açısından, çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'ne ait enerji verileri kullanılmıştır. Veri kısıtı dikkate alınarak analize, 1989:1-2017:8 dönemi dahil edilmiştir.

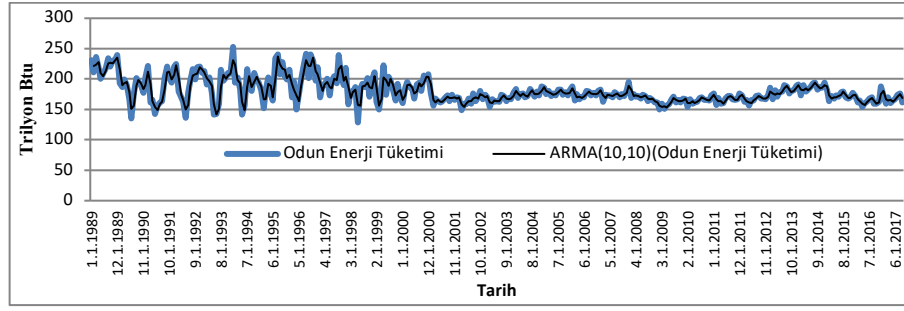
Çalışmanın bu bölümünde, ABD'ye ait değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri ve 1989:1-2017:8 zaman aralığında ki değişimleri ele alınmıştır. Sırasıyla şekillerde; ABD'nin biyoyakıt tüketimi, toplam biyokütle enerjisi tüketimi, odun enerjisi tüketimi, hidroelektrik enerjisi tüketimi, sanayi üretim endeksi, toplam fosil yakıt tüketimi, nükleer enerji tüketimi ve son olarak da toplam karbondioksit emisyonuna ait trend grafikleri ile bu değişkenlerin denklemlerine yer verilmiştir. Denklemlerle birlikte anlamlılık katsayı olarak ifade edilen R² değerleri de yer almıştır. Daha sonra ABD enerji kaynaklarına ait özet tanımlayıcı istatistikler değerlendirilmiştir.



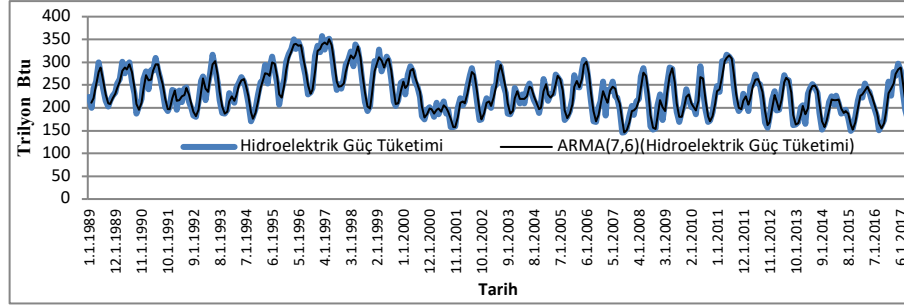
Şekil 1. ABD'nin Biyoyakıt Tüketimine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



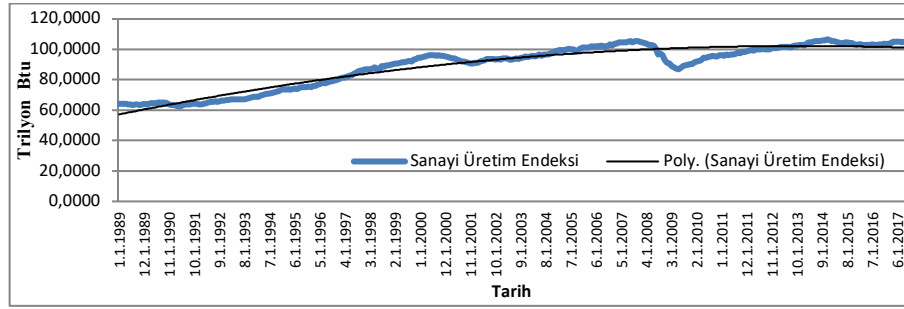
Şekil 2. ABD'nin Biyokütle Enerjisi Tüketimine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



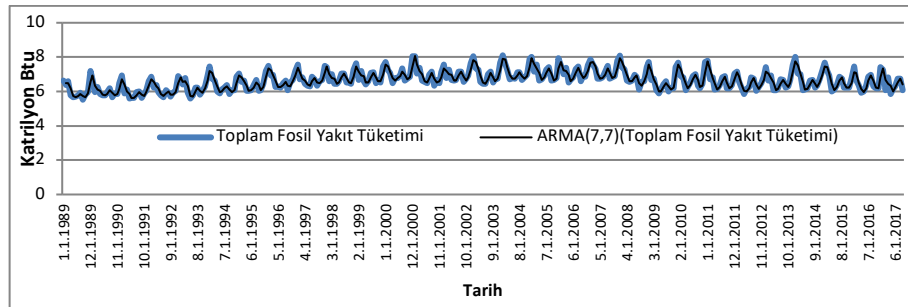
Şekil 3. ABD'nin Odun Enerjisi Tüketimine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



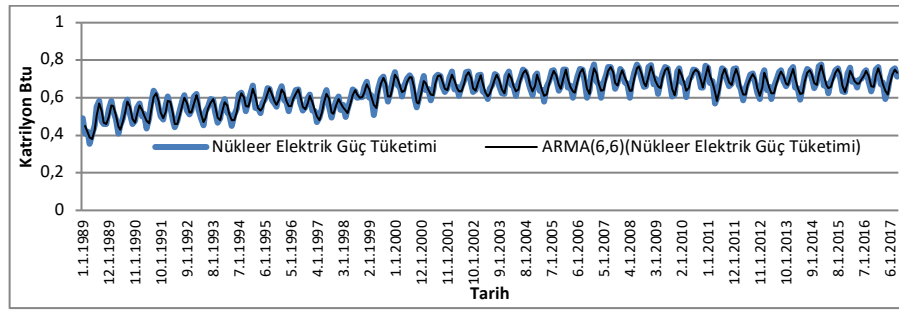
Şekil 4. ABD'nin Hidroelektrik Güç Tüketimine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



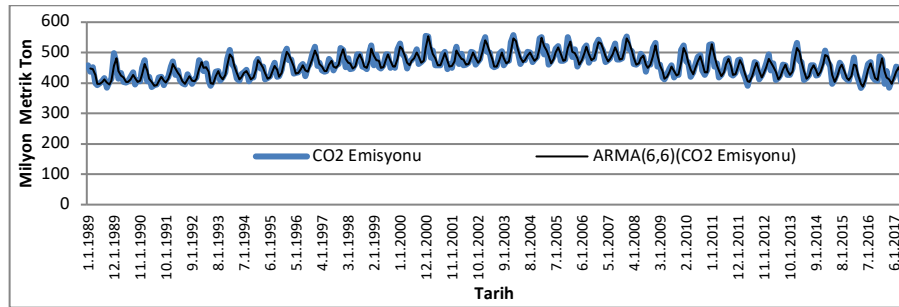
Şekil 5. ABD'nin Sanayi Üretim Endeksine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



Şekil 6. ABD'nin Toplam Fosil Yakıt Tüketimine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



Şekil 7. ABD'nin Toplam Nükleer Elektrik Güç Tüketimine Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)



Şekil 8. ABD'nin Toplam Karbon Dioksit Emisyonuna Ait Trend Grafiği (1989:1-2017:8)

Şekil 1'den Şekil 8'e kadar sırasıyla biyoyakıt, biyokütle, odun, hidroelektrik, sanayi üretim endeksi, toplam fosil yakıt tüketimi, nükleer elektrik güç tüketimi ve toplam karbon dioksit emisyonuna ait çizgi grafikleri ve değişkenlere ait trendler yer almaktadır. Değişkenlere ait trend denklemlerine ve anlamlılık katsayı olarak ifade edilen R^2 değerlerine Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. ABD'nin Enerji Kaynaklarına Ait Trend Denklemleri ve Anlamlılık Katsayıları

Değişkenler	R^2	Denklemler ⁴
Biyoyakıt Enerji Tüketimi	0,950	$y = 3E-06x^2 - 0,1791x + 3040,8$
Toplam Biyokütle Enerji Tüketimi	0,911	$y = 2E-20x^6 - 5E-15x^5 + 5E-10x^4 - 2E-05x^3 + 0,7038x^2 - 10598x + 7E+07$
Odun Enerji Tüketimi	0,646	$y = 183.100 + 0.633 [AR(1)] + 0.291 [AR(2)] + 1.002 [AR(3)] - 0.893 [AR(4)] - 0.315 [AR(5)] - 0.754 [AR(6)] + 0.963 [AR(7)] + 0.067 [AR(8)] + 0.659 [AR(9)] - 0.689 [AR(10)] - 0.169 [MA(1)] - 0.305 [MA(2)] - 1.190 [MA(3)] + 0.633 [MA(4)] + 0.466 [MA(5)] + 0.875 [MA(6)] - 0.831 [MA(7)] - 0.237 [MA(8)] - 0.516 [MA(9)] + 0.619 [MA(10)]$
Hidroelektrik Güç Tüketimi	0,851	$y = 233.410 + 1.878 [AR(1)] - 0.872 [AR(2)] - 1.004 [AR(3)] + 0.866 [AR(4)] + 1.009 [AR(5)] - 1.868 [AR(6)] + 0.867 [AR(7)] - 1.024 [MA(1)] - 0.0508 [MA(2)] + 0.981 [MA(3)] + 0.103 [MA(4)] - 1.025 [MA(5)] + 0.914 [MA(6)]$
Sanayi Üretim Endeksi	0,913	$y = -5E-07x^2 + 0,0454x - 841,98$
Toplam Fosil Yakıt Tüketimi	0,849	$y = 6.358 + 1.997 [AR(1)] - 0.997 [AR(2)] - 1.001 [AR(3)] + 0.998 [AR(4)] + 1.000 [AR(5)] - 1.996 [AR(6)] + 0.997 [AR(7)] - 1.759 [MA(1)] + 0.727 [MA(2)] + 1.055 [MA(3)] - 0.776 [MA(4)] - 1.030 [MA(5)] + 1.739 [MA(6)] - 0.725 [MA(7)]$
Nükleer Enerji Tüketimi	0,905	$y = 0.593 + 0.850 [AR(1)] + 0.308 [AR(2)] - 0.736 [AR(3)] + 0.004 [AR(4)] + 1.155 [AR(5)] - 0.584 [AR(6)] - 0.273 [MA(1)] - 0.357 [MA(2)] + 0.532 [MA(3)] + 0.291 [MA(4)] - 0.929 [MA(5)] + 0.104 [MA(6)]$
Toplam Enerji ile ilişkili CO ₂ Emisyonu	0,804	$y = 430.140 + 0.651 [AR(1)] + 0.360 [AR(2)] - 0.641 [AR(3)] - 0.091 [AR(4)] + 1.101 [AR(5)] - 0.382 [AR(6)] + 0.109 [MA(1)] - 0.495 [MA(2)] + 0.353 [MA(3)] + 0.510 [MA(4)] - 0.782 [MA(5)] - 0.318 [MA(6)]$

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistiklere Tablo 2'de yer almaktadır.

⁴ Değişkenlere ait trend ve ARMA denklemleri Excel ve Eviews 9 ekonometri programlarından elde edilmiştir.

Tablo 2. ABD'nin Enerji Kaynaklarına Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Tanım. İstatistik	Biyoyakıt Tük.	T.Biyokütle Enerji Tük.	Odun Enerji Tük.	Hidroelektrik Enerji Tük.	Sanayi Üretim Endeksi	T.Fosil Yakıt Tük.	Nükleer Elektrik Güç Tük.	Toplam CO ₂ Emisyo
Ortalama	71,24	290,45	180,46	234,27	89,18	6,65	0,63	458,35
Ortanca	32,47	267,03	174,71	230,56	93,9	6,63	0,64	458,32
Standart Sapma	67,55	64,26	20,81	45,93	14,14	0,55	0,08	38,75
Min Değer	7,25	178,54	128,7	145,71	62,42	5,51	0,35	383,66
Mak. Değer	204,08	434,35	252,9	357,38	106,61	8,1	0,77	557,62
Gözlem Sayısı	345	345	345	345	345	345	345	345

Analiz Yöntemi

Hem finansal hem de ekonomik zaman serilerinde temel spektral ayrıştırma tekniklerinin başında Fourier ve dalgacık dönüşümleri gelmektedir. Spektral ayrıştırma tekniklerinden birisi olan Fourier dönüşümü, zaman alanındaki bir sinyalin içeriğinin analizine imkân veren bir dönüşüm tekniğidir. Fourier dönüşümünde, zaman alanındaki bir fonksiyon, frekans alanında bir fonksiyona dönüştürülür. Daha sonra fonksiyonun Fourier katsayıları her frekans için analiz edilir (Graps, 1995, s.52).

Dolayısıyla, Fourier dönüşümü frekans-frekans (frequency-by-frequency) temelinde bir ayrışma olarak görülebilmektedir (Gençay et al., 2002, s.2). Fourier dönüşümü, bir sinyalin içerdiği frekansları gösterirken, hangi zaman diliminde hangi frekansların mevcut olduğu hakkında bilgi vermemektedir. Yani, Fourier dönüşümü belirli noktadaki zamana ait bilgiyi değil, bütün zaman dilimine ait bilgiyi vermektedir. Dolayısıyla Fourier dönüşümü, frekansı zamana göre değişmeyen sinyallerin analizinde başarılı bir yaklaşımdır (Arı vd., 2008, s.1). Başka ifadeyle, Fourier temel fonksiyonu (sinüsler ve kosinüsler), sabit zaman serileri yani durağan zaman serileri ile çalışırken uygun bir yöntemdir (Bkz., Ek A). Ancak çoğu zaman, ekonomik/finansal zaman serileri; eğilimler, ani değişimler ve dalgalanmalar gibi nedenlerle zaman içinde oldukça karmaşık durumlar sergilediğinden dolayı analizleri, durağan zaman serileri ile sınırlamak doğru değildir. Ayrıca, serilerin durağan olmadığı durumlarda, seriler zaman içerisinde görülebilir, kaybolabilir ve sonra tekrar ortaya çıkabilirler. Fourier analizi gibi geleneksel sinyal analiz araçları, bu frekans değişimlerini kaçırabilmektedirler. Bu nedenle durağan olmayan zaman serilerinde, Fourier dönüşümü karmaşık olayları etkili bir şekilde tespit edememektedir (Gençay et al., 2002, s.2). Bahsedilen bu eksikliklerden dolayı çalışmada ölçek tabanlı analiz yöntemi olan “dalgacık analiz yöntemi” kullanılmıştır.

Dalgacık dönüşümü, Fourier dönüşümü ile karşılaştırıldığında daha yeni ve daha karmaşık bir yöntemdir. Bu dönüşüm, Fourier dönüşümü ile benzer matematiksel temele sahip olmasının yanı sıra ölçekleme adı verilen yeni bir özelliğe de sahiptir. Dalgacık dönüşümü hem frekans hem de zaman alanında eşzamanlı olarak zaman serilerini analiz eder. Durağan olmayan zaman serileri için en iyi tekniklerden birisi olan dalgacık dönüşümü, frekansın, farklı frekans bantlarına ayrılması, zaman diliminde bölümlere ayrılması ve böylece kendi frekans içeriklerinin analiz edilmesine imkan tanıyan bir yöntemdir (Zhao et al., 2004, s.1). Dalgacık fonksiyonu (veya anne dalgacık fonksiyonu), ölçeklendirme fonksiyonunun doğrusal bir kombinasyonu olarak da ifade edilebilmektedir.

Bununla birlikte, $\omega \in \mathbb{R}$ and $m \in \mathbb{R}^+$, olmak şartıyla, her ölçeklenmiş ve dönüştürülmüş dalgacık fonksiyonu $\beta_{(m,\omega)}(t)$ anne dalgacığa göre aşağıdaki gibi yazılabilmektedir:

$$\beta_{(m,\omega)}(t) = \frac{1}{\sqrt{|m|}} \beta\left(\frac{t-\omega}{m}\right) \quad (1)$$

Burada $1/\sqrt{|m|}$ terimi dalgacığın birim varyansını belirleyen normalleşmeyi temsil eden faktördür. Anne dalgacığı temsil eden $\beta(\cdot)$ ise iki kontrol parametresi olan m (ölçek) ve ω (konum)'yi de içermektedir. Parametre ω , dönüşüm ya da konum parametresidir. Bu değişken, zaman alanında dalgacığın konumunu ve pozisyonunu kontrol etmektedir. Eşitlikteki m ise dalgacık genişliğini kontrol eden parametredir. Ayrıca dalgacığın pozisyonunu ve frekans alanındaki konumunu da gösterir. Frekans açısından değerlendirildiğinde, hızlı değişen detaylar daha düşük ölçeklerde, yani yüksek frekanslarda yakalanabilirken, daha yavaş değişen detaylar daha yüksek ölçeklerde, yani düşük frekansları yakalanabilmektedir. Bu durum frekans ve ölçek arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Sürekli dalgacık dönüşümü (SDD), dalgacık $\beta_{(m,\omega)}(t)$ ile ilgili olarak, $\tilde{x}(t) \in L^2(\mathbb{R})$ 'nin incelenen zaman serisine belirli bir dalgacık, $\beta(\cdot)$, olarak aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$W_{\tilde{x}}(m, \omega) = \int_{-\infty}^{\infty} \tilde{x}(t) \frac{1}{\sqrt{|m|}} \beta^*\left(\frac{t-\omega}{m}\right) dt \quad (2)$$

Burada $W_{\tilde{x}}(m, \omega)$ SDD⁵ yi temsil etmektedir. Denklemdaki * karmaşık eşlenmeyi (complex conjugation) göstermektedir.

Diğer taraftan, küçük bir dalga olarak tanımlanan dalgacıklar genellikle aynı özelliklere sahip değillerdir. Bu bağlamda, dalgacıklar kendi özelliklerine göre farklı gruplara ayrılırlar. Bu dalgacıkların; Haar, Daubechies, Symlets, Coiflets, Biorthogonal, Gauss, Meksika şapkası, Morlet, Meyer, Shannon gibi türleri vardır. Morlet dalgacık dönüşümü hem hayali hem de gerçek kısımlara sahiptir, böylelikle hem faz hem de genliği analiz etme imkanı sağlar. Morlet dalgacık fonksiyonu şu şekilde yazılabilmektedir:

$$\lambda_{\varphi}(t) = \pi^{-1/4} \left(\exp^{i\varphi t} - \exp^{-\varphi^2/2} \right) \exp^{-t^2/2} \quad (3)$$

Burada φ parametresi, Morlet dalgacığının $\lambda_{\varphi}(t)$ merkezi frekans parametresini göstermektedir. Ayrıca φ Gauss zarfı içindeki salınımların sayısını kontrol etmektedir. Bu bağlamda φ ' yi artırarak daha iyi frekans lokasyonu sağlamak mümkündür (Addison, 2002). Denklemdaki $\exp^{-\varphi^2/2}$ terimi karmaşık sinüs dalgasının sıfır olmayan ortalamasını düzelteren,

⁵ Bir fonksiyonun SDD olarak kabul edilebilmesi için aşağıdaki şartları taşıması gerekmektedir (Conraria and Soares, 2013, s. 391);

- $\beta(\cdot)$ ' nin integrali sıfırdır.

$$\int_{-\infty}^{\infty} \beta(t) dt = 0,$$

- $\beta(\cdot)$ 'nin karesinin integrali 1'e eşittir.,

$$\int_{-\infty}^{\infty} |\beta(t)|^2 dt = 1,$$

- Kabul edilebilirlik şartı

$$\forall_{\theta} = \int_0^{\infty} \frac{|\theta(N)|^2}{N} dN < \infty,$$

düzeltilme parametresidir. Ancak $\varphi > 5$ olduğu zaman bu durum ihmal edilebilmektedir. Morlet dalgacık fonksiyonunun basitleştirilmiş versiyonu ise:

$$\lambda_{\varphi}(t) = \pi^{-1/4} \exp^{i\varphi t} \exp^{-t/2} \quad (4)$$

Burada φ için 6 değeri kabul edilebilirlik koşulunu sağlarken, λ ise eşitliğin Fourier periyodunu temsil etmektedir (Farge, 1992). SDD'ne ek olarak, incelenen zaman serilerinin enerjisi veya varyansı korunmaktadır. Bu durumu aşağıdaki denklemle gösterilebilmektedir.

$$\|\ddot{x}\|^2 = (\mathfrak{F}_{\phi})^{-1} \int_0^{\infty} \left[\int_{-\infty}^{\infty} |W_{\ddot{x}}(\mathfrak{m}, \omega)|^2 d\omega \right] \frac{d\mathfrak{m}}{\mathfrak{m}^2} \quad (5)$$

Burada, dalgacık güç spektrumu olan $|W_{\ddot{x}}(\mathfrak{m}, \omega)|^2$, $\ddot{x}(t)$ 'nin hem frekans hem de zaman alanında enerji dağılımını göstermektedir. Ayrıca, bu özellik dalgacık korelasyonunu, dalgacık varyansı ve dalgacık kovaryansını tanımlamak için kullanılmaktadır. İki zaman serisinin çapraz dalgacık gücü⁶ (cross-wavelet power), $W_{xy}(\mathfrak{m}, \omega)$ zaman serileri arasında her ölçekte (frekans bandı) ve her zamanda yerel kovaryans olarak tanımlanabilmektedir. İki zaman serisinin $x(t)$ ve $y(t)$ çapraz dalgacık gücü ilk olarak Hudgins vd. (1993) tarafından aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

$$W_{xy}(\mathfrak{m}, \omega) = W_x(\mathfrak{m}, \omega) \overline{W_y(\mathfrak{m}, \omega)} \quad (6)$$

Burada, $W_x(\mathfrak{m}, \omega)$ ve $W_y(\mathfrak{m}, \omega)$, $W_{xy}(\mathfrak{m}, \omega)$ olarak $x(t)$ ve $y(t)$ 'nin zaman serilerinin SDD 'dir. Yani çapraz dalgacık gücüdür. Ayrıca denklemde \mathfrak{m} ölçeği temsil ederken, ω konum parametresidir. Çapraz dalgacık dönüşümleri, her iki zaman serisinde ve her bir ölçekte zaman serileri arasındaki yerel kovaryansı temsil eden yüksek ortak güce sahip alanları göstermektedir (Vacha and Barunik, 2012, s.243).

Aguiar-Conraria et al. (2013), göre $W_x(\mathfrak{m}, \omega)$ ve $W_y(\mathfrak{m}, \omega)$ iki zaman serisinin dalgacık uyumunu (wavelet coherency) aşağıdaki gibi tanımlamaktadır:

$$R_{xy}(\mathfrak{m}, \omega) = \frac{|S(W_{xy}(\mathfrak{m}, \omega))|}{|S(|W_{xx}(\mathfrak{m}, \omega)|)|^{1/2} |S(|W_{yy}(\mathfrak{m}, \omega)|)|^{1/2}} \quad (7)$$

Denklem 7'de R_{xy} korelasyonu temsil etmektedir. Bu değer 0-1 arasında değişen bir parametredir. Eğer hem zaman hem de frekans alanında güçlü tutarlılık varsa korelasyon "1" e, eğer tutarlılık yok ise korelasyon "0" a eşit olacaktır. Ek olarak, S gerekli olan düzeltme (smoothing) parametresini ifade etmektedir. Bu düzeltme olmaz ise, tutarlılık her zaman güçlü yani "1" olacaktır. Faz farkı analizi, örneğin korelasyon yönü (pozitif ve negatif korelasyon) ve öncül ve geride (lead or lag) kalan ilişkisi gibi bileşenler arasındaki faz ilişkilerini tespit etmeye de imkân tanımaktadır. $x(t)$ ve $y(t)$ zaman serileri arasındaki faz farkı ($\xi_{x,y} \in [-\pi, \pi]$ ile) ilişkisi şu şekilde tanımlanabilmektedir:

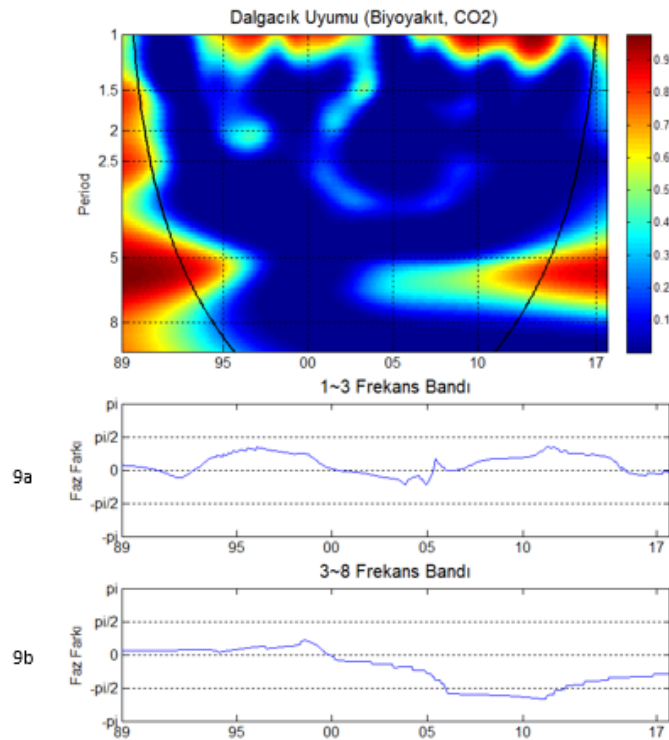
$$\xi_{x,y}(\mathfrak{m}, \omega) = \frac{1}{\tan} \left(\frac{\mathcal{J}(W_{xy}(\mathfrak{m}, \omega))}{\mathfrak{I}(W_{xy}(\mathfrak{m}, \omega))} \right) \quad (8)$$

⁶ $x = y$ olduğunda çapraz dalgacık gücü (cross-wavelet power) elde edilir.

Yukarıdaki denklemde, $\mathcal{J}(W_{xy})$ ve $\mathfrak{R}(W_{xy})$ sırasıyla hayali ve gerçek bölümleri temsil etmektedirler. Eğer, $\xi_{xy} \in \left(0, \frac{\pi}{2}\right)$ ise, seri fazda hareket edecek ve $x(t) \rightarrow y(t)$ 'ye öncülük edecektir. Eğer $\xi_{xy} \in \left(0, -\frac{\pi}{2}\right)$ ise, seri tekrar fazda hareket edecek ve bu durumda $y(t)$ öncü durumdadır. Eğer $\xi_{x,y} \in \left(\frac{\pi}{2}, \pi\right)$ ise, değişkenler arasında anti-faz ilişkisi vardır, bu durumda seri fazın dışına hareket edecektir ve $y(t)$ öncü durumdadır. Faz farkı π veya $-\pi$ olduğunda bu durum anti-faz ilişkisi olduğunu göstermektedir. Eğer $\xi_{x,y} \in \left(-\pi, -\frac{\pi}{2}\right)$ ise anti-faz ilişkisi vardır ve $x(t)$ öncü konumdadır. Son olarak, faz farkı sıfırda ise bu durumda, $y(t)$ ve $x(t)$ birlikte hareket edeceklerdir.

Analiz Bulguları

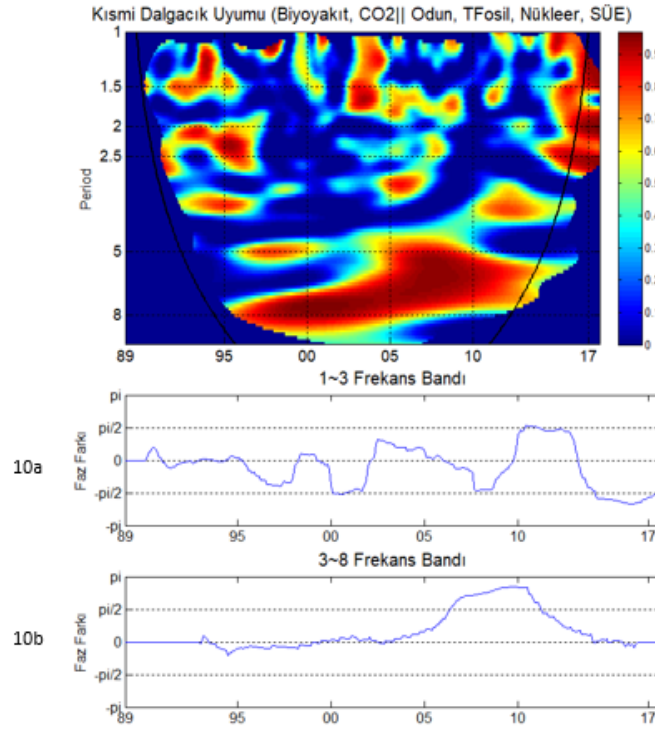
ABD ekonomisi, 1989:1-2017:8 dönemine ait enerji tüketim (biyoyakıt tüketimi ve biyokütle enerjisi tüketimi) oranları ile CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi araştırmak için dalgacık ve dalgacık uyumu yöntemlerinden birisi olan Morlet Dalgacık Uyumu Modeli tercih edilmiştir. Analiz sonuçlarına sırasıyla aşağıda yer verilmiştir. Öncelikle enerji tüketim verileri ile CO₂ emisyonu arasındaki dalgacık uyumu dikkate alınmış, ardından analizin güvenilirliği için kontrol değişkenlerin dahil edildiği dalgacık uyumu incelenmiştir. Dalgacık uyumu sonuçlarının tamamı sırasıyla, 1~3 frekans bandı ve 3~8 frekans bandında yorumlanmıştır.



Şekil 9. Kısmi dalgacık uyumu (Biyoyakıt, CO₂)

- i. Şekil 9'da siyah eğri (kontur), ARMA (1,1) gösterimi vasıtasıyla tahminin %5'lik anlam düzeyini belirtmektedir.
- ii. ARMA modeli bakımından AR (1) ve MA (1) terimleri, sırasıyla bir gecikmeli otoregresif modeli ve bir gecikmeli hareketli ortalamayı temsil etmektedir.
- iii. Şekil 9'un yanında ki renk kod çubuğu, değişkenler arasındaki zayıf tutarlılıktan (mavi), güçlü tutarlılığa (kırmızıya) kadar olan aralığı göstermektedir.

Şekil 9a'da 1989:1'den, 2017:8'e kadar 1~3 frekans bandında ABD'nin biyoyakıt kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Şekil 9b'de 1989:1'den, 2017:8'e kadar 3~8 frekans bandında ABD'nin biyoyakıt kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Şekil 9 dikkate alındığında, iki değişken arasındaki ilişkinin net olmadığı veya zayıf izlenebildiği görülmektedir. Bu nedenle kontrol değişkenlerin modele dahil edildiği kısmi dalgacık analizleri takip edilecektir.



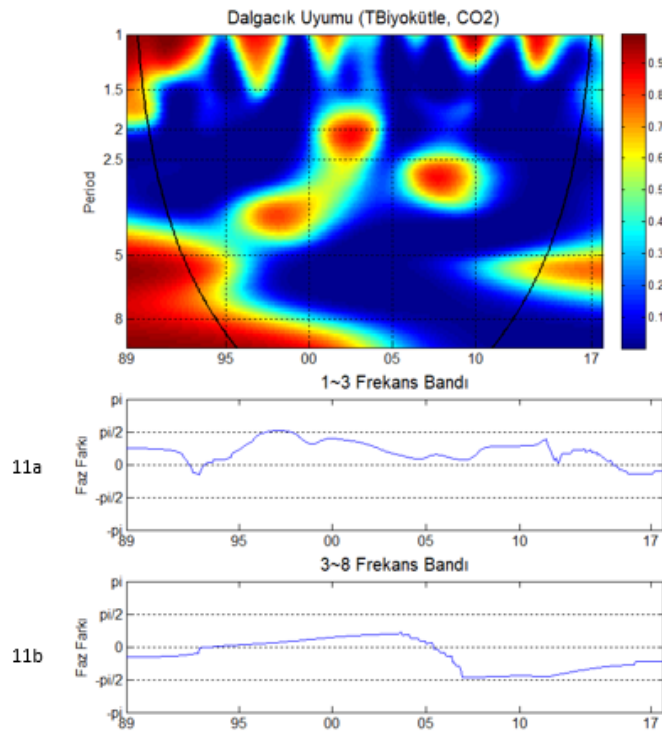
Şekil 10. Kısmi dalgacık uyumu (Biyoyakıt, CO₂, Odun, TFosil, Nükleer, SÜE)

- i. Şekil 10'da siyah eğri (kontur), ARMA (1,1) gösterimi vasıtasıyla tahminin %5'lik anlam düzeyini belirtmektedir.
- ii. ARMA modeli bakımından AR (1) ve MA (1) terimleri, sırasıyla bir gecikmeli otoregresif modeli ve bir gecikmeli hareketli ortalamayı temsil etmektedir.
- iii. Şekil 10'un yanında ki renk kod çubuğu, değişkenler arasındaki zayıf tutarlılıktan (mavi), güçlü tutarlılığa (kırmızıya) kadar olan aralığı göstermektedir.

Şekil 10, Şekil 9'daki modele bazı kontrol değişkenlerin eklenmesi ile elde edilmiştir. Böylece modele yeni kontrol değişkenler dâhil ederek biyoyakıt tüketimi ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi gösteren dalgacık uyumu yeniden incelenmiştir. Söz konusu kontrol değişkenler sırasıyla; odun enerji tüketimi (Odun), toplam fosil yakıt tüketimi (TFosil), nükleer enerji tüketimi (Nükleer) ve sanayi üretim endeksi (SÜE)'dir. Bu iki değişken arasındaki korelasyonunun yönünü anlamak için (hangi değişkenin diğerine öncül olduğunu anlayabilmek için) aşağıdaki faz farkı analizlerinin takip edilmesi gerekmektedir.

Şekil 10a' da 1989:1'den, 2017:8'e kadar (Odun, TFosil, Nükleer, SÜE kontrol değişkenleri dalgacık modeline dâhil edildikten sonra) 1~3 frekans bandında ABD'nin biyoyakıt kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Değişkenlerin pozitif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında; biyoyakıt kullanımının, 1990-1991:6, 1999:1-1999:12, 2002:9-2006:7 ve 2011-2013:7 dönemlerinde CO₂ emisyonunu artırdığı gözlemlenmektedir. Benzer şekilde CO₂ emisyonu; 1991:7-1992, 1995-1998, 2000:1-2000:12, 2006:8-2009 ve 2014:1-2014:7 dönemlerinde biyoyakıt kullanımını artırmaktadır. Değişkenlerin negatif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında; biyoyakıt kullanımının 2014:8-2016 döneminde CO₂ emisyonunu azalttığı belirlenmiştir.

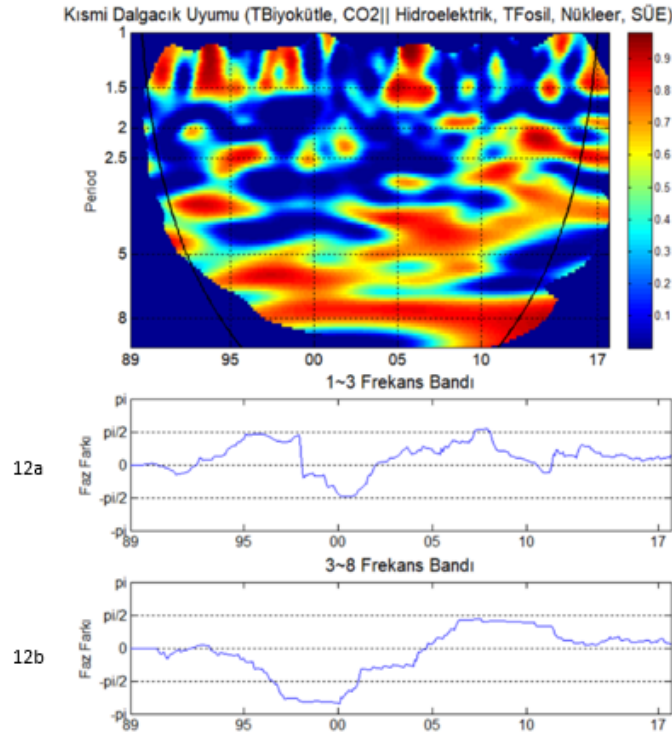
Şekil 10b' de 1989:1'den, 2017:8'e kadar (Odun, TFosil, Nükleer, SÜE kontrol değişkenleri dalgacık modeline dahil edildikten sonra) 3~8 frekans bandında ABD'nin biyoyakıt kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Değişkenlerin pozitif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında; biyoyakıt kullanımı, 2000-2006:9 ve 2011:10-2015 dönemlerinde CO₂ emisyonunu artırdığı gözlemlenmektedir. Benzer şekilde, CO₂ emisyonu; 1994-1999 döneminde biyoyakıt kullanımını artırmaktadır. Değişkenlerin negatif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında CO₂ emisyonu; 2006:10-2011:9 döneminde biyoyakıt kullanımını azaltmaktadır.



Şekil 11. Kısmi dalgacık uyumu (TBIyokütle, CO₂)

- i. Şekil 11'de siyah eğri (kontur), ARMA (1,1) gösterimi vasıtasıyla tahminin %5'lik anlam düzeyini belirtmektedir.
- ii. ARMA modeli bakımından AR (1) ve MA (1) terimleri, sırasıyla bir gecikmeli otoregresif modeli ve bir gecikmeli hareketli ortalamayı temsil etmektedir.
- iii. Şekil 11'in yanında ki renk kod çubuğu, değişkenler arasındaki zayıf tutarlılıktan (mavi), güçlü tutarlılığa (kırmızıya) kadar olan aralığı göstermektedir.

Şekil 11a' da 1989:1'den, 2017:8'e kadar 1~3 frekans bandında ABD'nin toplam biyokütle enerji kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Şekil 3b' de 1989:1'den, 2017:8'e kadar 3~8 frekans bandında ABD'nin toplam biyokütle enerji kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Şekil 11 dikkate alındığında, iki değişken arasındaki ilişkinin net olmadığı veya zayıf izlenebildiği görülmektedir. Bu nedenle kontrol değişkenlerin modele dahil edildiği kısmi dalgacık analizleri takip edilecektir.



Şekil 12. Kısmi dalgacık uyumu (TBiyokütle, CO₂, Hidroelektrik, TFosil, Nükleer, SÜE)

- i. Şekil 12'de siyah eğri (kontur), ARMA (1,1) gösterimi vasıtasıyla tahminin %5'lik anlam düzeyini belirtmektedir.
- ii. ARMA modeli bakımından AR (1) ve MA (1) terimleri, sırasıyla bir gecikmeli otoregresif modeli ve bir gecikmeli hareketli ortalamayı temsil etmektedir.
- iii. Şekil 12'nin yanında ki renk kod çubuğu, değişkenler arasındaki zayıf tutarlılıktan (mavi), güçlü tutarlılığa (kırmızıya) kadar olan aralığı göstermektedir.

Şekil 12, Şekil 11'deki modele bazı kontrol değişkenlerin eklenmesi ile elde edilmiştir. Böylece modele yeni kontrol değişkenler dâhil ederek toplam biyokütle enerji tüketimi ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi gösteren dalgacık uyumu yeniden incelenmiştir. Söz konusu kontrol değişkenler sırasıyla; hidroelektrik tüketimi (Hidroelektrik), toplam fosil yakıt tüketimi (TFosil), nükleer enerji tüketimi (Nükleer) ve sanayi üretim endeksi (SÜE)'dir. Bu iki değişken arasındaki korelasyonunun yönünü anlamak için (hangi değişkenin diğerine öncül olduğunu anlayabilmek için) aşağıdaki faz farkı analizlerinin takip edilmesi gerekmektedir.

Şekil 12a'da 1989:1'den, 2017:8'e kadar (Hidroelektrik, TFosil, Nükleer, SÜE kontrol değişkenleri dalgacık modeline dâhil edildikten sonra) 1~3 frekans bandında ABD'nin toplam biyokütle enerji kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Değişkenlerin pozitif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında; toplam biyokütle enerji kullanımının, 1993-1998:9, 2005-2010 ve 2011:10-2016 dönemlerinde CO₂ emisyonunu artırdığı gözlemlenmektedir. Benzer şekilde CO₂ emisyonu; 1991:8-1992, 1998:9-1999, 2001:1-2001:12 ve 2011:1-2011:9 dönemlerinde toplam biyokütle enerji kullanımını artırmaktadır. Son olarak 1990-1991:7 döneminde toplam biyokütle enerji ve CO₂ emisyonu birlikte artmaktadır.

Şekil 12b'de 1989:1'den, 2017:8'e kadar (Hidroelektrik, TFosil, Nükleer, SÜE kontrol değişkenleri dalgacık modeline dahil edildikten sonra) 3~8 frekans bandında ABD'nin toplam biyokütle enerji kullanımı ve toplam enerji ile ilişkili CO₂ emisyonu arasındaki faz farkı yer almaktadır. Değişkenlerin pozitif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında toplam biyokütle enerji; 1992-1993 ve 2005-2015 döneminde CO₂ emisyonunu artırdığı gözlemlenmektedir. Benzer şekilde, CO₂ emisyonu; 1994-1996 ve 2001:6-2004 dönemlerinde toplam biyokütle enerji kullanımını artırmaktadır. Değişkenlerin negatif korelasyona sahip olduğu faz aralığı dikkate alındığında; toplam biyokütle enerji kullanımı, 1997-2001:5 döneminde CO₂ emisyonu azaltmaktadır.

Sonuç

Dünya yüzeyinde uzun dalga boylarına sahip radyasyonu tutan belirli gazlar bulunmaktadır (Mitchell, 1989). Sera gazları olarak adlandırılan bu gazlar, yeryüzü sıcaklığını artırarak doğal sera etkisine neden olmaktadır (Mitchell, 1989, s.115). Bu etki, atmosferdeki sera gazlarının sıcaklığı tutmaları neticesinde ortaya çıkmakta ve yeryüzünü, canlıların yaşayabileceği ortam sıcaklığına getirmektedir. Bu nedenle, doğal sera gazları ve sera etkisi yeryüzü için önemli ve gereklidir.

Genel olarak; atmosferdeki gazlar dikkate alındığında sera etkisinin temel belirleyicileri, CO₂ ve H₂O gazlarıdır. Doğal olarak atmosferde bulunan sera gazlarının seviyesi ve yoğunlukları zamanla değişebilmektedir. Bu değişimin en önemli kaynaklarından birisi, insan aktiviteleridir. Temel iki sera gazı açısından bakıldığında ise, insan faaliyetlerinin CO₂ üzerinde doğrudan etkisi görülürken, su buharı üzerinde doğrudan etkisinin olmadığı görülmektedir (Wallington et al., 2009, s.7).

Canlı yaşamı için vazgeçilmez olan sera gazlarının emisyon yoğunluğunun aşırı artması ise beraberinde küresel ısınma sorununu getirmektedir. Günümüzde küresel ısınma kaynaklı

tehdit, sanayileşme düzeylerine paralel olarak yüksek sera gazı salınımına sahip gelişmiş ülkeler başta olmak üzere tüm ülkelerin ortak sorunu haline gelmiştir. Bu nedenle de son yıllarda küresel ısınmayla mücadele konusu önemli araştırma konuları arasında yer almaya başlamıştır.

Çalışmada öncelikle enerji ve enerji kaynakları, sera etkisi, küresel ısınma ve ABD'nin enerji yapısı ele alınmıştır. Araştırmada, “dalgacık uyumu (wavelet coherence)” yöntemlerinden birisi olan Morlet Dalgacık Uyumu Modeli ile yenilenebilir enerji kullanımı ve CO₂ emisyonu arasındaki mevcut olası tüm ‘aynı yönde’ ve ‘tezat yönde’ hareketlerin gözlemlenebilmesi amaçlanmıştır.

Dalgacık uyumu yöntemi, diğer zaman serisi analizlerden farklı olarak, değişkenlerin hem zaman hem de frekans boyutunda analiz edilmesine olanak sağlamaktadır. Dalgacık analizi ile, ilgili tüm zaman dönemi içerisinde ve alt dönemler içerisinde, iki değişken arasındaki, ‘sürekli’ ya da ‘süreksiz’ olabilecek nedenselliğin var olup olmadığı araştırılmaktadır.

Makalede, ‘takip eden’ ve ‘takip edilen, öncül’ değişkenler arasındaki eş-anlı hareketler gözlemlenirken, diğer ilgili kontrol değişkenleri de ilgili modellerde istihdam edilmektedir. Böylece dalgacık ve kısmi dalgacık uyumu analizleri ile bu çalışma, değişkenler arasındaki nedenselliğin hangi dalga boyutunda mevcut olduğunu ve bu nedensellikte hangi değişkenin öncül ve hangi değişkenin takip eden değişken olduğu hakkında detaylı bilgi vermektedir.

Araştırmada dalgacık analiziyle, 1989:1-2017:8 dönemi ABD'nin yenilenebilir enerji (biyoyakıt enerji, toplam biyokütle enerji) kullanımı ve CO₂ emisyonu arasındaki ilişki incelenmiştir. Morlet Dalgacık Uyumu Modeli sonuçlarına göre;

- i. Biyoyakıt enerjisi kullanımı (Odun, TFosil, Nükleer ve SÜE kontrol değişken iken) 1~3 frekans bandında, 2014:8-2016 döneminde, CO₂ emisyonunu azaltmaktadır.
- ii. TBiyokütle enerjisi kullanımı (Hidroelektrik, TFosil, Nükleer ve SÜE kontrol değişken iken) 3~8 frekans bandında, 1997-2001:5 döneminde, CO₂ emisyonunu azaltmaktadır.

Analiz bulguları, biyoyakıt ve toplam biyokütle enerji kullanımının CO₂ emisyonunu azalttığı sonucuna ulaşmaktadır. Gelecekteki yapılacak araştırmalar ile olası sürekli dalgacık uyumu ve/veya kısmi sürekli dalgacık uyumu çalışmalarının takip edebileceği farklı ülke ve bölge analizleri önemli katkı(lar) sağlayabileceği öngörülmektedir. Bu durumda, ülkelerin enerji portföylerini oluştururken, enerji kullanımının çevreye boyutunu da göz önüne alarak, daha etkin enerji kullanımını sağlamaları gerekmektedir. Aynı zamanda, ülkeler sürdürülebilir kalkınma kapsamında bugünkü ve gelecekteki nesillerin doğal kaynaklara olan ihtiyaçlarını güvence altına almak istiyorlar ise yenilenebilir enerji kaynağı kullanımı ile ilgili politikaları ele almaları önemle üzerinde durulması gereken bir husustur.

Kaynakça

- Acaroğlu, M. (2001). *Alternatif Enerji Kaynakları*. Ankara: Nobel.
- Addison, P. S. (2002). *The Illustrated Wavelet Transform Handbook Introductory Theory and Application in Science*. Engineering, Medicine and Finance, (1st Edition). Taylor&Francis Group, CRS Press.
- Aguiar-Conraria, L., Magalhães P.C., Soares, M.J. (2013). The Nationalization of Electoral Cycles in The United States: A Wavelet Analysis. *Public Choice*, 156(3-4), 387-408. doi:10.1007/s11127-012-0052-8.
- Arı, N., Özen, Ş., Özen, Ö.H. (2008). *Dalgacık Teorisi (Wavelet)*. Ankara: Palme.
- Baek, J. (2015). Panel Cointegration Analysis of CO2 Emissions, Nuclear Energy and Income in Major Nuclear Generating Countries. *Applied Energy*, 145, 133-138. doi: <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2015.01.074>.
- Bayraç, H. N. (2011). Enerji Kullanımının Küresel Isınmaya Etkisi ve Önleyici Politikalar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(11), 229-260. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/113309>.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Everything You Need to Know About the Types of Renewable Energy*. Brainmass Inc.
- Bilgili, F. (2012). The Impact of Biomass Consumption on CO2 Emissions: Cointegration Analyses with Regime Shifts. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16, 5349-5354. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2012.04.021>.
- Bilgili, F., Öztürk, İ., Koçak, E., Bulut, Ü., Pamuk, Y., Muğaloğlu, E., Bağlıtaş, H.H. (2016). The Influence of Biomass Energy Consumption on CO2 Emissions: A Wavelet Coherence Approach. *Environmental Science and Pollution Research*, 23, 19043-19061. doi: 10.1007/s11356-016-7094-2.
- Burrus, C.S., Gopinath, R.A., Guo, H. (1998). *Introduction to Wavelets and Wavelet Transforms A Primer*. New Jersey: Prentice Hall.
- EIA (2017). U.S. Energy Information Administration, Independent Statistics and Analysis, International. erişim <https://www.eia.gov/totalenergy/data/monthly/index.php>.
- EPA, U.S. Environmental Protection Agency (2015). Inventory of US. Greenhouse Gas Emissions and Sinks:1990-2013, USA.
- Europa (2018). Fossil CO2 & GHG emissions of all world countries, 2017. <http://edgar.jrc.ec.europa.eu/overview.php?v=CO2andGHG1970-2016&sort=des9>.

- Farge, M. (1992). Wavelet Transforms and Their Applications to Turbulence. *Annual Reviews*, 24, 395-457. doi:10.1146/annurev.fl.24.010192.002143.
- Gençay R., Selçuk, F., Whitcher, B. (2002). *An Introduction to Wavelets and Other Filtering Methods in Finance and Economics*, San Diego: Academic.
- Graps, A. (1995). An Introduction to Wavelets. *IEEE Computational Science and Engineering*, 2, 50-51. doi:10.1109/99.388960.
- Hudgins L., Friehe CA., Mayer ME. (1993). Wavelet Transform and Atmospheric Turbulence. *Physical Review Letters*, 71(20), 3279-3282. doi:10.1103/PhysRevLett.71.3279.
- Illing, L. (2008). *Fourier analysis*, <http://www.reed.edu/physics/courses/Physics331.f08/pdf/Fourier.pdf>.
- IPCC. (2013). Climate Change 2013: The Physical Science Basis, Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel On Climate Change [Stocker, T.F., D. Qin, G.-K. Plattner, M. Tignor, S.K. Allen, J. Boschung, A. Nauels, Y. Xia, V. Bex and P.M. Midgley (eds.)], Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, 2013.
- Irps, H. (2009). Energy Sources: Non Renewable and Renewable. *Agricultural Mechanization and Automation*, 1, 200-231. <https://pdfs.semanticscholar.org/ae48/405362100745eb84792da0efb5de06b68c8b.pdf>.
- Iwata, H., Okada, K., Samreth, S. (2012). Empirical Study on the Determinants of CO2 Emissions: Evidence from OECD Countries. *Applied Economics*, 44, 3513-3519. doi: <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.577023>.
- Jalil, A., Mahmud, S. F. (2009). Environment Kuznets Curve for CO2 Emissions: A Cointegration Analysis for China. *Energy Policy*, 37, 5167-5172. doi: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2009.07.044>.
- Kayfeci, M. (2011). *Alternatif Enerji Kaynakları*. <https://staff.emu.edu.tr/mustafailkan/tr/documents/elet319/.../materyal5.pdf>.
- Aguiar-Conraria, L., Soares, M.J. (2014). The Continuous Wavelet Transform: Moving Beyond Uni-And Bivariate Analysis. *Journal of Economics Survey*, 28(2), 344-375. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/joes.12012>.
- Menyah, K., Wolde- Rufael Y. (2010). CO2 Emissions, Nuclear Energy, Renewable Energy and Economic Growth in the US. *Energy Policy*, 38, 2010, 2911-2915. doi: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2010.01.024>.
- Mitchell, J. F.B. (1989). The Greenhouse Effect and Climate Change. *Reviews of Geophysics*, 27 (1), 115-139. doi: <https://doi.org/10.1029/RG027i001p00115>.

- Morlet, J., Grossmann, A. (1984), Decomposition of Hardy Functions Into Square Integrable Wavelets of Constant Shape. *SIAM Journal on Mathematical Analysis*, 15(4), 723–736. doi: <https://doi.org/10.1137/0515056>.
- Saboori, B., Subiman, J. (2013). CO2 Emission Energy Consumption and Economic Growth in Association of Southwest Asian Nations (ASEAN) Countries: A Cointegration Approach. *Energy*, 55, 813-822. doi: <https://doi.org/10.1016/j.energy.2013.04.038>.
- Say, N.P., Yücel, M. (2016). Energy Consumption and CO2 Emissions in Turkey: Empirical Analysis and Future Projection Based on Economic Growth, *Energy Policy*, 34(18), 3870-3876. doi: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2005.08.024>.
- Sorensen, T.C. (2016). Global Warming and Impacts on Climate of India, https://www.researchgate.net/profile/S_Sarvade/post/What_is_the_impact_of_global_warming_on_the_environment/attachment/59d64bf079197b80779a5db0/AS%3A482366322941955%401492016501665/download/3113.pdf.pdf.
- Soytas, U., Sarı, R. (2009). Energy Consumption, economic growth and Carbon Emissions: Challenges Faced by an EU Candidate Member. *Ecological Economics*, 68(6), 1667-1675. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.06.014>.
- Soytaş, U., Sarı, R., Ewing, B.T. (2007). Energy Consumption, Income and Carbon Emissions in the United States. *Ecological Economics*, 62(3-4), 482-489. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2006.07.009>.
- Tuna, M. (2000). Çevresel Sorunların Küreselleşmesi. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 1(2), 1-16. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/217462>.
- Vacha, L., Barunik, J. (2012). Co-Movement of Energy Commodities Revisited: Evidence from Wavelet Coherence Analysis. *Energy Economics*, 34(1), 241-247. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2011.10.007>
- Wallington, T.J., Srinivasan, J., Nielsen, O.J., Highwood, E.J. (2016). Greenhouse Gases and Global Warming, *Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS)*. <https://www.eolss.net/sample-chapters/C06/E6-13-01-01.pdf>.
- WES, (2015). World Energy Scenario Energy. *[R]evolution A Sustainable World Outlook 2015*, Greenpeace.
- Worldenergy, Energy Resources: Biomass, 2018. erişim <https://www.worldenergy.org/data/resources/resource/biomass/>
- Yousefi, M., Khoramivafo, M., Mondani, F. (2014). Integrated Evaluation of Energy Use, Greenhouse Gas Emissions and Global Warming Potential for Sugar Beet (*Beta Vulgaris*) Agroecosystems in Iran. *Atmospheric Environmental*, 92, 501-505. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.atmosenv.2014.04.050>.

Zhang, X.P., Mei, X. (2009). Energy Consumption, Carbon Emissions and Economic Growth in China. *Ecological Economics*, 68(10), 2706-2712.doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2009.05.011>.

Zhao, G., Jiang, D., Diao, J., Qian, L. (2004). Application of Wavelet Time-Frequency Analysis on Fault Diagnosis for Steam Turbine, In: *5th International Conference of Acoustical and Vibratory Surveillance Methods and Diagnostic Techniques*, France, CETIM.

EK - A

Fourier Dönüşümü

Fourier serileri için sinüs dalgaları ana fonksiyon olarak seçilir. Ardından ortaya çıkan genişlemenin özellikleri incelenir (Burrus et al., 1998, s.xi). Fourier dönüşümünün matematiksel ifadesi, aşağıdaki denklemlerle açıklanmıştır:

$$f(\mathcal{E} + T) = f(\mathcal{E}) \quad (1)$$

Denklem 1'deki fonksiyonu 2π periyotlu yapmak için, τ değeri yeni bir bağımsız değişken olarak, $t = \frac{2\pi}{T} \tau$, tanımlanır. Sonuç olarak:

$$f(t + 2\pi) = f(t) \quad (2)$$

olur. Fonksiyon periyodik olduğu için sadece 2π uzunluğunda bir aralıkta davranışını dikkate almamız gerekir. Joseph Fourier (1768-1830)'dan sonra sinüs ve kosinüs fonksiyonlarının sonsuz toplamı göz önünde bulundurularak Fourier serisi denklem 3'teki forma dönüşmüştür.

$$f(x) = \frac{a_0}{2} + \sum_{m=1}^{\infty} [a_m \cos(mt) + b_m \sin(mt)] \quad (3)$$

Denklem 3'teki a_n ve b_n sabit katsayıları Fourier katsayıları olarak adlandırılır. Denklemdeki a_n ve b_n katsayılarının tahmini ise:

$$a_m = \frac{1}{\pi} \int_{-\pi}^{\pi} f(t) \cos(mt) dx \quad (4)$$

$$b_m = \frac{1}{\pi} \int_{-\pi}^{\pi} f(t) \sin(mt) dx \quad (5)$$

şeklinde yapılmaktadır. Yukarıda verilen denklemden de anlaşılacağı üzere, Fourier serisi, sinüslerin ve kosinüslerin doğrusal bir bileşenidir. Ayrıca bu sinüs ve kosinüslerin her biri kendiliğinden frekansın fonksiyonudur.



Sağlık Otelciliğinde Hizmet Kalitesinin Marka Performansı Üzerine Etkisi

The Effect of Service Quality on Brand Performance on Healthcare Hospitality Services

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem Unurlu¹

Başvuru Tarihi: 06.07.2018

Kabul Tarihi: 23.12.2019

Öz

Üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilerin beklentilerini karşılama derecesi olarak nitelendirilen hizmet kalitesinin hastane otelciliğinde kilit bir rolü bulunmaktadır. Bu bakımdan çalışmanın amacı, hastaların bakış açısından sağlık otelciliğinde hizmet kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesinin hastanenin performansına olan etkisini tespit etmektir. Bu amaçla, 2018 yılı içerisinde Edirne, Çorlu ve Tekirdağ'da bulunan özel ve kamu hastanelerinden hizmet almış 500 kişiye soru formu dağıtılmıştır. Kolayda örnekleme ve yüz yüze anket yöntemi ile toplam 412 analiz edilebilir anket elde edilmiştir. Verilerin analizinde öncelikle ölçeklerin her biri için bir dizi faktör analizi yapılmış, sonrasında ise araştırma kapsamında önerilen model çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda hizmet kalitesinin marka performansındaki değişkenliğin %66'sını açıkladığı ve marka performansındaki değişkenliği açıklayan boyutların önem sırasıyla fiziki kaynaklar (%25), empati (%23), yeteneklilik (%19), heveslilik (%16) ve güvenilirlik (%11) olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Marka Performansı, Sağlık Otelciliği

Abstract

There are a few studies indicating the importance of the service quality in healthcare hospitality services which is defined as the level of meeting the consumers' expectation of the produced goods and services. In this regard, the aim of this study is to measure the service quality in healthcare hospitality services from the viewpoint of patients and to determine the effect of the performance of the hospital on service quality. For this purpose, questionnaires were distributed to 500 people who received service from private and public hospitals in Edirne, Çorlu and Tekirdağ in 2018. A total of 412 analyzable questionnaires were obtained by convenience sampling and face-to-face survey method. As a result of the analysis, it was found that service quality explained 66% of the variability in brand performance, and, it was found that service quality' dimensions of the explaining the variability in brand performance were respectively tangibles (25%), empathy (23%), competence (19%), responsiveness (16%) and reliability (11%).

Keywords: Service Quality, Brand Performance, Healthcare Hospitality Services

¹ Trakya Üniversitesi, Edirne Sosyal Bilimler MYO, unurlu.cigdem@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5653-6013

Giriş

Hizmetlerin pazarlanmasında olduğu gibi hizmetlerin kalitesinin değerlendirilmesinde de birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Somut olmayan bir ürün olan hizmetlerde kalitenin değerlendirilmesinde yaşanan sıkıntıların en önemli nedenleri ürünlerin standartlaştırılmaması, ürünlerin heterojen olması ve tüketicinin üretim sürecine dahil olması gibi faktörler bulunmaktadır. Ayrıca verilen hizmetlerin soyutluluğu, üretim ve tüketimin eş zamanlılığı da bu ölçümü güçleştirmektedir. Satın alma sürecini zorlaştıran bu nitelikler, tüketicinin satın aldığı ürünün kalite ve performansını değerlendirmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Nitekim Millar ve Tesser (1986) tüketici davranışlarının duygulardan ve bilişsel yargılardan oluştuğunu öne sürmektedir. Bu sebeple tüketici davranışlarında hangi duygu ve bilişsel yargıların daha baskın olduğunun tespit edilmesi işletmelerin pazarlama eylemlerinin başarısında son derece önemlidir. Bu veriler ışığında bileşik bir ürün olan hizmetler söz konusu olduğunda, tüketicinin ürün ile ilgili kalite algısının oluşması ve satın aldığı markanın performansını değerlendirmesi daha da karmaşık hale gelmektedir. Diğer taraftan, Anderson ve Zeithamal (1984) hizmet kalitesi yüksek ürünlerin hizmet sektörünün etkinliğinin, verimliliğinin ve rekabet yeteneğinin artmasında son derece önemli bir role sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Kalite kavramının daha iyi yorumlanabilmesi için kavramın üretici ve tüketicinin bakış açısından ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Tüketici açısından kalite, satın alınan ürünlerin kullanım uygunluğu olarak değerlendirilirken; üretici açısından ise vaat edilen hizmetlerin tam zamanında ve kusursuz olarak verilmesini ifade etmektedir (Kotler ve Keller, 2012). Hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan pek çok model bulunmaktadır. Örneğin Gummesson (1987) ise kalitenin dizayn kalitesi, üretim-dağıtım kalitesi, ilişkisel kalite ve çıktının kalitesi olmak üzere dört boyuttan oluştuğunu belirtmiştir. Gummesson'un (1987) kalite modeli daha çok somut ürünlerin kalitesinin değerlendirilmesinde daha uygun olduğu düşünülmektedir. Cronin ve Taylor'un (1992) hizmet performansı modeli ise performans yönelimli bir kalite yaklaşımıdır.

Pazarlamada yaygın olarak araştırılan bir konu olan hizmet kalitesi ile ilgili farklı ölçüm yöntemleri ve ölçekler söz konusudur. Ölçümü yapılacak olan sektörün niteliği, katılımcıların kültürel özellikleri ölçümleri şekillendirmektedir. Bu bakımdan Bülbül ve Demirer (2008) Parasuraman vd.'nin (1985) hizmet kalitesi ölçeğinin her ne kadar evrensel bir ölçek olarak değerlendirilse de ölçeğin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin farklı kültürlerde sınanması gerektiğini belirtmişlerdir. Nitekim 2008'den bu yana Türkiye'de farklı sektörlerde (Çetin ve Kuzucu, 2019; Dalgıç, 2013; Şahin ve Şen, 2017) hizmet kalitesi araştırılmıştır. Ancak sağlık sektöründe (Papatya, Papatya & Hamşioğlu, 2012; Akdağ vd., 2104; Demirer ve Bülbül, 2014; Neşe, Turan ve Çizmecci, 2017; Tarcan, Karahan & Tarcan, 2018) hizmet kalitesini araştırılan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle bu çalışmanın öncelikle sağlık sektöründe ve Trakya Bölgesi'nde (Edirne, Çorlu ve Tekirdağ) gerçekleştirilmiş olması ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin farklı kültürlerde ve farklı sektörlerde test edilmesi bakımından önem taşımaktadır. Diğer taraftan çalışmanın en önemli sınırlılığı ise sonuçların yalnızca veri toplanan hastaneler için genelleştirilebileceğidir. Ayrıca Choi vd. (2004) sağlık sektöründe verilen hizmetlerde soyut olan pek çok unsurun bulunduğunu ve bu sebeple bu sektörde hizmet

kalitesinin titizlikle ölçülmesi gerektiğini belirtmiştir. Hastaların bakış açısından sağlık otelciliğinde verilen hizmetlerin kalitesinin değerlendirilmesi henüz çok yaygın olmamakla birlikte (Choi vd., 2004), sağlık sektöründe marka performansının ölçüldüğü bu çalışmada tüketicilerin hastanelere ilişkin bilişsel tutumları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçların sağlık sektöründe yer alan işletmelere stratejik bir bakış açısı kazandıracığı düşünülmektedir.

Hizmet Kalitesi

Kotler (2000), kalite bakımından hizmetlerin somut mallardan ayrıldığını belirtmiştir. Bu durumun ise hizmetlerin soyut ve heterojen olmasından, depolanma özelliğinin olmamasından, hizmetlerde üretim ve tüketimin eş zamanlı olmasından kaynaklandığını belirtmiştir. Kotler ve Keller (2012), kaliteyi tüketiciler ve üreticiler açısından farklı değerlendirmişlerdir. Tüketici açısından kalite, satın alınan ürünlerin kullanım uygunluğu ya da ihtiyaçları giderebilme niteliği olarak değerlendirilirken; üretici açısından kalite, üretilen ürünlerin belirtilen ya da ima edilen ihtiyaçları giderilebilme özelliğine sahip ayırt edici tüm özellikleri olarak tanımlanmıştır. Bir başka ifade ile hizmet kalitesi, üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilerin beklentilerini karşılama derecesi olarak da nitelendirilmektedir. Bununla birlikte Kotler ve Keller (2012), hizmet işletmelerinin kalitelerini daha çok fiziksel kanıtlarla ifade etmeye çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bu yaklaşımda hizmetin gerçekleştiği fiziki ortam, iş görenler, kullanılan iletişim araçları, semboller ve fiyat gibi faktörler fiziksel kanıt olarak değerlendirilmektedir. Hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlayan hizmet kalitesi modelleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Hizmet kalitesi, hizmet pazarlaması alanında belki de en yaygın araştırılan konular arasında yer almaktadır. Ancak hizmet kalitesinin ölçümünde standart çıktılarına ulaşmak henüz mümkün olmamaktadır. Nitekim kültürler, yerel birtakım nitelikler tüketicinin kalite ile ilgili algısını önemli ölçüde farklılaştırmaktadır. Bu bakımdan, Bülbül ve Demirer (2008), Türkçe literatürde hizmet kalitesi ölçeğini kullanarak hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlayan araştırmaların geçerlilik ve güvenilirliğini onaylayan çok sayıda çalışma olmadığını belirtmişlerdir. Hizmet kalitesi ölçeği her ne kadar evrensel bir ölçek olsa da Parasuraman vd. (1985) ölçeğin güvenilirliğinin geliştirilmesi için farklı sektörlerde ve farklı kültürlerde test edilmesi gerektiğini öne sürmüştür (Bülbül ve Demirer, 2008).

Tablo 1. Hizmet Kalitesi Ölçme Modelleri

Grönros'un (1984), Toplam Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli	Nordic Model olarak da anılan bu model; beklenen ve algılanan kalite olmak üzere iki tür kaliteden oluşmaktadır. Yüksek düzeyde algılanan kalite, gerçekleşen ve beklenen kalite eşleştiği zaman olduğu öne sürülmüştür.
Parasuraman, Zeithaml ve Berry'in (1985) Hizmet Kalitesi Modeli (Servqual)	Parasuraman vd. (1985), tüketici yönelimli bir hizmet kalitesi modeli benimsemiştir. Bu yaklaşımda tüketicinin hizmet kalitesini değerlendirirken baz aldığı en temel unsurların güvenilirlik, heveslilik, fiziki kaynaklar, yeteneklilik ve empati olduğu öne sürülmektedir.
Gummesson'un (1987) 4Q Hizmet Kalitesi Modeli	Müşteri bakımından algılanan kalitenin baz alındığı bu model; (1) dizayn kalitesi, (2) üretim ve dağıtım kalitesi, (3) ilişkisel kalite ve (4) çıktının kalitesi olmak üzere dört bileşenden oluşmaktadır. Bu bileşenler müşterinin algıladığı hizmetin kalitesinin değerlendirilmesinde kullanılmaktadır.
Grönross ve Gummesson'un (1987) "Sentezlenmiş Kalite Modeli"	Sentezlenmiş kalite modeli, Gummesson'un 4Q Hizmet Kalitesi Modeli ile Grönross'un Toplam Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli'nin birleştirilmiş halidir. Bu modelde Gummesson'un 4Q'suna ilaveten 2Q daha eklenmiştir. Bunlar ise teknik kalite ve fonksiyonel kalite şeklindedir.
Norman'ın (1991) İyi-Kötü Halkalar Modeli	Norman'ın (1991) geliştirmiş olduğu bu modelde; hizmet kalitesi işletmelerde üretim sonucu elde edilen çıktıların iyi ve kötü kalite halkaları içinde değerlendirilmesi sonucu oluşmaktadır. Hizmetlerin aşırı soyutluluğu ve üretimde emek faktörünün rolü, hizmet işletmelerinde çıktıların değişken olmasına neden olmaktadır. Bu durum ise kalite yönetimi konusunda hizmet işletmelerini hassas hale getirmektedir. Norman'ın (1991) kalite modelinde iyi ve kötü kalitenin oluşmasına neden olabilecek durumlar bulunmaktadır. Ayrıca, bu model kötü kaliteden iyi kaliteye geçişin yollarını da barındırmaktadır.
Cronin ve Taylor'un (1992) Servis Performansı Modeli (Servperf)	Cronin ve Taylor'un (1992) Servis Performansı modelinde, Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen hizmet kalitesi yaklaşımı yerine, beklenen ve algılanan kalite farkından oluşan performans yönelimli bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu modelde hizmet kalitesinin tüketici tarafından algılanan performans ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bir diğer ifade ile algılanan performans hizmet kalitesi olarak değerlendirilmektedir.

Kaynak: Koçak, C.; Albayrak, S. A. ve Duman, N. B. (2014). Hemşirelerin Bakım Verici Rollerine İlişkin Tutum Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması, Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi, 11(4): 16-21

Sağlık sektöründe verilen hizmetler somut unsurlar barındırır da bu sektör hizmet kalitesinin ölçülmesinde ihtiyatlı olunması gereken bir sektördür. Nitekim hastaların sağlık hizmeti almaları ve aldıkları hizmeti değerlendirmeleri arasında önemli bir zaman ayrımı bulunmaktadır. Bu zaman alınan hizmetin değerlendirilmesi bakımından dikkate değerdir (Choi vd., 2004). Ancak Newcome (1997) ve Williams (1994) hastaların almış oldukları hizmetin kalitesini değerlendirme konusunda gerekli olan yetenek ve uzmanlıktan yoksun olduklarını belirtmişlerdir. Sonuç olarak hastalar hasta-doktor ilişkisi, hizmetin verildiği fiziki koşullar gibi deneyimsel süreçleri baz alarak hizmet kalitesini değerlendirmektedirler (Choi, 2004). Mucuk (2007, s. 307), hizmet kalitesi ölçeğinin alt boyutlarını kısaca şöyle değerlendirmiştir:

Fiziksel Kaynaklar: Verilen hizmet ile ilgili çalışanlar, kullanılan makine ve teçhizat, binanın dış görünüşü gibi fiziksel kanıtlardır.

Yeteneklilik: İşletmenin sahip olduğu insan kaynağının vaat edilen hizmetleri eksiksiz ve güvenilir bir biçimde yerine getirebilme yeteneğidir.

Heveslilik: İşletmenin sahip olduğu insan kaynağının müşterinin ihtiyaç duyduğu hizmeti tam ve zamanında vermeye hevesli ve istekli olmasıdır.

Güvenirlilik: İşletmenin sahip olduğu insan kaynağının müşteride güven duygusu uyandırması, nezaketi ve bilgili olması ile ilgilidir.

Empati: İşletmenin sahip olduğu insan kaynağının kendisini tüketicinin yerine koyabilmesi, tüketicinin beklenti ve ihtiyaçlarını anlamak için ve bu ihtiyaçları karşılayabilmek için özen, ilgi ve çaba göstermesidir.

Sağlık otelciliğinde hizmet kalitesini araştıran bir çalışmada hizmet kalitesi empati, karşılıklı saygı, hastaların dini ve hastalıklarıyla ilgili ihtiyaçları gibi boyutlar açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada somut unsurlar ise yiyecek içecek hizmetleri ve fiziki çevre olarak ele alınmıştır. Çalışma sonucunda hasta doktor ilişkisinde karşılıklı saygı probleminin olduğu, hastanın hastalığı ile ilgili ihtiyaçlarının karşılanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca fiziki çevre ile ilgili hastaların memnuniyetsizlikler yaşadığı elde edilen sonuçlar arasında yer almaktadır (Tomes ve Ng, 1995). Hindistan’da özel hastanelerden hizmet alan hastalar üzerinde yapılan bir başka çalışmada ise hizmet kalitesinin yalnızca güvenirlilik ve heveslilik boyutlarının müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu; empati, fiziki kaynaklar ve yeteneklilik boyutlarının ise müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Meesala ve Paul, 2018). Endonezya’da hastanelerden hizmet alan hastalar üzerinde yapılan bir başka çalışma ise hizmet kalitesinin empati boyutuna vurgu yapmış ve çalışanların hastalara karşı empati yeteneklerini daha fazla kullanmaları gerektiğini belirtmişlerdir (Handayani vd., 2015). Bir başka çalışmada ise hizmet kalitesi heveslilik, yeteneklilik, güven, fiziki kaynaklar, sağlık iletişimi ve hasta yönelimi olmak üzere altı boyutta değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda hizmet kalitesinin hastalarca en önemli boyutunun güven, en düşük öneme sahip hizmet kalitesi boyutunun ise fiziki kaynaklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Shafii vd., 2016). Shanghai’de bulunan hastanelerin hizmet kalitesinin ölçülmesi amacı ile yapılan bir başka çalışmada ise güvenirliliğin (4.90/5.00) hizmet kalitesinin hastalarca en önemli boyutu olduğu ve bunu sırasıyla empati (4.42/5.00), yeteneklilik (3.87/5.00), fiziki kaynaklar (3.73/5.00) ve heveslilik (3.56/5.00) boyutlarının takip ettiği bulunmuştur (Li vd., 2015).

Marka Performansı

Marka performansına ilişkin ortak bir tanım bulunmamakla birlikte, yapılan değerlendirmelerin önemli bir kısmı marka performansının işletmelerin stratejileri ve faaliyetleri sonucu oluştuğunu göstermektedir. Bir başka ifade ile marka performansı markanın gücü olarak da nitelendirilmektedir. Pazar payı, büyüme ve karlılık gibi rasyolar da marka performansı ile ilişkilendirilmektedir (Rasouli, 2016). Aaker (1991) markanın pazarlama çabalarının değerlendirilmesinde, işletmenin marka ile ilgili uzun dönemde başarısını

ölçebilecek herhangi bir göstergenin olmadığını belirtmiştir. Bununla birlikte dağıtım, fiyat ve pazar payının performans ölçümünde göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmiştir. Nitekim, Dyson vd. (1996) de marka performansının markanın somut unsurları ile ilgili olduğunu belirtmişlerdir.

Lassar vd. (1995), marka performansını, tüketicinin ürün hakkındaki yargısı olarak değerlendirmiş ve markanın belirli koşullar altında, uzun süreli, kusursuz ve hatasız olarak işlevlerini gerçekleştirebilmesi olarak tanımlamışlardır. Ayrıca tüketicinin marka performansına ilişkin algısının oluşumunda markanın isminin, markanın vaat ettiği faydaların ve markanın kalitesinin etkili olduğunu belirtmişlerdir (Lassar vd., 1995). Raggio (2006) ürünün göreceli olarak iyi olmasına karşın, ürünün satın alınmamasının markanın performansını olumsuz olarak etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca marka performansını marka denkliğinin bir unsuru olarak ele almış ve markanın performansının marka denkliğine katkı yaptığını belirtmiştir. Raggio (2006) marka performansını tüketicinin zihninde oluşan bir algı olarak ele almış ve her tüketicinin markanın vaat ettiği hizmetleri yerine getirmesi ile ilgili kendilerine özgü bir değerlendirme yaptığını öne sürmüştür. Bununla birlikte tüketicinin markanın performansına ilişkin yargısının ve bu yargının rakip markalar karşısındaki durumunun markanın performansı üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir (Raggio, 2006).

Koç (2014) markanın satın alınmış olmasının, markanın performansının iyi seviyede olduğunu göstermediğini ve tüketicinin zihnindeki marka algısının marka performansının şekillenmesinde daha etkili olduğunu belirtmiştir. Foroudi (2018) bir otelin marka performansının otelin ismi, logosu ve markanın tutumu gibi fiziki özelliklerinden oluştuğunu belirtmiştir. Otel markasının bu niteliklerini sürekli olarak iyileştirilmesinin yeniden satın almayı olumlu etkileyeceğini ve otel markasının başkalarına tavsiye edilmesini sağlayacağını belirtmiştir (Forodi, 2018). Casidy, Wymer ve O'Cass (2018) ise marka performansının (1) satın alma sürecinde tüketicinin satın aldığı marka ile ilgili duygularından, (2) satın alınan marka için tüketicinin bütçesinden ayırdığı paydan (cüzdan payı) ve (3) tekrar ziyaret etme niyetinden oluştuğunu öne sürmüşlerdir. Millar ve Tesser (1986) ise tutum ve davranışların etkilerine ilişkin literatürde daha önce gerçekleştirilmiş olan çalışmaların çoğunun çelişkili olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple tutumun ya duygulardan ya da bilişsel bileşenlerden oluştuğunu öne sürmüşlerdir (Millar ve Tesser, 1986). Diğer taraftan bu çalışmada marka performansı tüketicilerin bakış açısından değerlendirilmeye çalışılmış ve marka denkliğinin bir bileşeni olarak ele alınmıştır.

Hastane otelciliği ile ilgili yapılan çalışmaların bazıları hastane performansını düşük ve yüksek maliyetli hastane performansı olarak iki grupta değerlendirmektedir. Bununla birlikte hastane maliyetlerinin ve sağlık bakım maliyetlerinin azaltılması bakımından hastanelerin belirli konularda uzmanlaşmalarının son derece etkili bir çözüm olduğu elde edilen sonuçlar arasındadır (Kim vd., 2003). Hastaneler ile ilgili yapılan çalışmalar hastanelerde markalama çalışmalarının hastanenin finansal performansına katkı yaptığını ve hastanenin rekabet yeteneğini arttırdığını ortaya koymuştur (Khosravizadeh vd., 2017). Hastane performansının değerlendirilmesinde kullanılan bir diğer ölçüm yöntemi ise PATH'dir (Performance Assessment Tool for Quality Improvement in Hospitals). PATH hastanelerde hizmet

kalitesinin geliştirilmesine ve hastanelerin performansının değerlendirilmesine yönelik bir ölçme aracıdır. Çok boyutlu bir ölçüm yöntemi olan PATH'de hastaların bireysel sağlık durumları, hasta bakımında istenilen hedeflere ulaşıp ulaşılmadığı, hastaların memnuniyet düzeyleri, hastaların onuru, gizliliği ve özerkliği, hastaların sağlık hizmetlerine erişimindeki eşitliği, çalışanların verimlilik düzeyleri ve maliyetler bu çalışmada dikkate alınan kriterler arasında yer almaktadır. Klinik ve idari performansın birlikte değerlendirildiği bu ölçüm yönteminde, hasta bakımında hedeflenen çıktılar olarak değerlendirilen klinik kalite hastanelerin performansını etkilemektedir (Tengilimoğlu ve Toygar, 2013). Hastanelerde performansın yöneticilerin bakış açısından değerlendirilmeye çalışıldığı bir başka çalışmada ise kalite, maliyet ve finansal performans hastane performansının üç boyutunu oluşturmaktadır (Çınaroğlu ve Şahin, 2012).

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma modelinin ortaya konulmasında öncelikle konu ile ilgili bir yazın taraması yapılmıştır. Yazın taraması sonucunda bazı boşluklar olduğu tespit edilmiştir. Hastaların bakış açısından sağlık otelciliğinin hizmet kalitesinin ve bu kalite algısının hastanelerin performansına olan etkisinin ölçülmeye çalışıldığı bu çalışmanın ana kütlesi, hasta ve hasta yakınlarından oluşmaktadır. Bu bakımdan bu çalışma, hastaların bakış açısından sağlık otelciliğinde hizmet kalitesinin ölçülmesini ve verilen bu hizmetlerin performansının tespit edilmesini sağlayacaktır. Elde edilen sonuçların sağlık sektöründe yer alan işletmelere stratejik bir bakış açısı kazandıracığı düşünülmektedir.

Hasta ve hasta yakınlarının hastanelerden almış oldukları hizmetlerin kalitesinin ve hastanelerin marka performansının değerlendirilmeye çalışıldığı bu çalışma tanımlayıcı bir araştırmadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminin kullanıldığı bu çalışma Mayıs 2018 ve Haziran 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Edirne, Çorlu ve Tekirdağ'da bulunan özel ve kamu hastanelerinden hizmet almış 500 kişiye soru formu dağıtılmıştır. Yüz yüze anket yöntemi ile toplam 412 soru formu toplanmıştır. Katılımcıların soruları yanıtlarken hastanelerden almış oldukları hizmetleri (klinik hizmetler, otelcilik hizmetleri) düşünerek soruları yanıtlamaları istenmiştir. Verilerin önemli bir kısmı bizzat hastanelerde yapılan anketlerden elde edilmiş olup; diğer kısmı ise bu hastanelerde hasta olarak bulunmuş ve hastanelerin otelcilik hizmetlerinden yararlanmış insanlardan elde edilmiştir. Araştırmanın evrenini Edirne, Çorlu ve Tekirdağ'da bulunan hastanelerden hizmet almış olan hasta ve hasta yakınları oluşturmaktadır. Ancak kaynak ve zaman kısıtlılıkları ve evren büyüklüğünün tam olarak bilinmemesi gibi nedenlerle çalışmada Edirne, Çorlu ve Tekirdağ'da bulunan hastanelerden hizmet almış olan yalnızca 412 hasta ve hasta yakınına ulaşılmıştır.

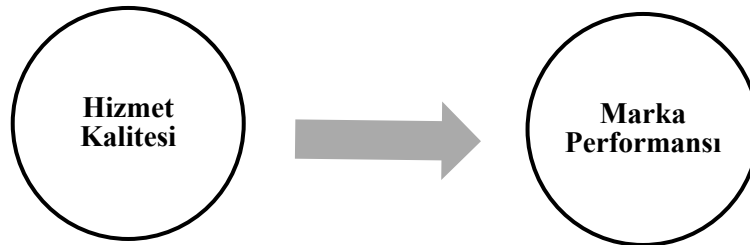
Çalışmada 57 kişilik bir katılımcı üzerinden veri toplanarak bir ön uygulama yapılmıştır. Ön uygulama sonucu hizmet kalitesi ölçeği için elde edilen Cronbach Alpha değeri .936; marka performansı ölçeği için elde edilen Cronbach Alpha değeri ise .941 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler ise ölçeklere verilen yanıtların tutarlılığını göstermektedir. Verilerin analizinde ise çoklu regresyon analizi kullanılmıştır.

Çalışmada Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından geliştirilmiş olan hizmet kalitesi ölçeği kullanılmış olup, tüketicilerin hizmet kalitesine ilişkin algıları 5'li Likert tipi dereceleme ile ölçülmeye çalışılmıştır. Bu derecelendirmede 1 “kesinlikle katılmıyorum” 5 ise “kesinlikle katılıyorum” olarak değerlendirilmiştir. 22 ifadeden oluşan hizmet kalitesi ölçeğinin “fiziksel kaynaklar” boyutu 4 ifade ile, “yeteneklilik” 4 ifade ile, “empati” 5 ifade ile, “güvenirlilik” 5 ifade ile ve heveslilik ise yine 4 ifade ile ölçülmüştür. Çalışmanın marka performansı ölçeği ise Diokoa ve Sob'un (2012) marka denkliği ölçeğinden alınmış olup 4 ifade ile ölçülmüştür.

Hizmet kalitesi hakkında yapılan çalışmaların önemli bir kısmı bir firmanın hizmet kalitesinin firmanın performansını etkilediğini ortaya koymaktadır (Varinli vd., 2002; Bitner vd., 1990; Zeithaml vd., 1990). Hastane performansının değerlendirilmesinde kullanılan bir diğer ölçüm yöntemi ise PATH'dir. PATH'de hastanenin klinik kalitesinin hastanenin performansını etkilediği varsayılmıştır (Tengilimoğlu ve Toygar, 2013). Çınaroğlu ve Şahin (2012) hastane performansının kalite, maliyet ve finansal performans olmak üzere üç boyuta sahip olduğunu belirtmiştir. Marangoz ve Biber (2007) işletmenin pazar performansını müşteri memnuniyeti, imaj ve hizmet kalitesi gibi değişkenlerle açıklamaya çalışmışlardır. Sultan ve Wong (2018) eğitim sektöründe yapmış oldukları bir çalışma sonucunda servis kalitesinin marka performansını, marka imajını ve davranışsal niyeti etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Nair (2016) ise turizm sektöründe yapmış olduğu bir araştırma sonucunda hizmet kalitesinin işletme performansını olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Ayrıca Zeithaml (2000) ile Duncan & Elliot (2002) artan hizmet kalitesinin işletme gelirlerini, karlılığını ve satış hacmini olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Akroush (2007) ise finans sektöründe yapmış olduğu araştırma sonucunda hizmet kalitesinin işletme performansını etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Tüm bu açıklamalar hizmet kalitesinin marka performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğuna işaret etmektedir.

H1: Hizmet kalitesi marka performansını pozitif yönde etkiler.

Önerilen model bakımından aralarında ilişki olduğu varsayılan araştırma modeli ise şöyledir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

Ölçme Araçlarının Güvenirlilik ve Geçerlilikleri

Parasuraman vd.'nin (1985) çalışmalarından alınmış olan hizmet kalitesi ölçeği beş boyuttan oluşmakta ve toplam 22 soru ile tüketicilerin hizmet kalitesine ilişkin algıları ölçülmektedir. Hizmet kalitesi ölçeğinin beş boyutu: fiziksel kaynaklar (tangibles), güvenilirlik (reliability), heveslilik (responsiveness), yeteneklilik (assurance) ve empati (empathy) şeklindedir. Çalışmanın performans ölçeği ise Diokoa ve Sob'un (2012) beş boyutlu marka denkliği ölçeğinden alınmıştır. Hastalar ve hasta yakınları verilen hizmetin performansını 4 soru ile değerlendirmişlerdir. Bu ölçüm araçları uyarlaması yapılan kaynaklardan alınmıştır. Hizmet kalitesi ölçeği Yıldız ve Erdil'in (2013) çalışmalarından, marka performansı ölçüm aracı ise Unurlu'nun (2016) çalışmasından alınmıştır. Hizmet kalitesi ve tüketicinin hastane performansı ile ilgili algısı toplam 26 tutum sorusu ile ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 2. Katılımcı Profiline İlişkin Bilgiler

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Cinsiyet	Kadın	199	48.3
	Erkek	213	51.7
	Toplam	412	100.0
Yaş	18-25	103	25.0
	26-35	118	28.6
	36-45	102	24.8
	46 ve üzeri	89	21.6
	Toplam	412	100.0
	Eğitim	İlkokul	44
Ortaokul		77	18.7
Lise		130	31.6
Ön lisans		61	14.8
Lisans		100	24.3
Toplam		412	100.0
Gelir		1 -2.99 bin arası	235
	3- 4.99 bin arası	128	31.1
	5 bin ve üzeri	48	11.7
	Toplam	411	99.8

Tablo 2'de katılımcıların demografik niteliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların %48'i kadın, %51'i erkektir. 18-25 yaş arası katılımcıların oranı %25, 26-35 yaş arası katılımcıların oranı %28, 36-45 yaş arası katılımcıların oranı %24 ve 45 yaş ve üzeri katılımcı oranı ise %24'tür. Katılımcıların %10'u ilkokul, %18'i ortaokul, %31' lise, %14'ü ön lisans ve %24'ü ise lisans mezunudur. Katılımcıların %57'sinin aylık geliri 1- 2.99 bin arasında, %31'i 3 – 4.99 bin arasında ve %11'inin aylık geliri ise 5 bin ve üzerindedir.

Bir ölçme aracını oluşturan maddelerin birbirleri ile uyumu, benzerlikleri bir diğer ifade ile maddelerin homojenliği, ölçme aracının güvenilirliğine işaret etmektedir. Bu bakımdan hizmet kalitesi ve marka performansı ölçeğinin içsel tutarlılığının tespit edilmesi için, ölçme araçlarının Cronbach Alpha değerleri hesaplanmıştır. Ölçeklere ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 3'de yer almaktadır. Tablo 3'e göre araştırmaya konu olan ölçeklerin ve alt boyutlarının her birinin Cronbach Alpha katsayılarının literatürde sıklıkla kabul gören %70'in üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler ise ölçeklerin iç tutarlılıklarının yüksek olduğuna işaret etmektedir (Kalaycı, 2010, s. 405).

412 katılımcıdan oluşan örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (K.M.O.) örneklem yeterliliği ölçütü ile değerlendirilmiştir. Hizmet kalitesi ölçeğinin 412 örneklem büyüklüğüne ilişkin K.M.O. değeri .951 olarak hesaplanmıştır. Bu değer araştırmaya ilişkin veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. (Kalaycı, 2010, s. 327). Çalışmanın marka performansı ölçeği için bulunan K.M.O. ölçütü ise .722'dir. Bu değer de araştırmaya ilişkin veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. (Kalaycı, 2010, s. 327). Bununla birlikte ölçeklerin her biri için Bartlett küresellik testi dikkate alındığında, hizmet kalitesi ölçeği için ($\chi^2=3781.231$; $df=210$; $p<0.001$, $p<0.05$) ve performans ölçeği için ($\chi^2=291.452$; $df=6$; $p<0.001$, $p<0.05$) hesaplanan değerlerin istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bartlett (1950) küresellik testini faktör analizinin bir önkoşulu olarak değerlendirilse de Pett, Lackey ve Sullivan (2003), bu testi değişkenlerin tutarlılığının bir ölçütü olarak değerlendirmişlerdir. Tüm bu açıklamalar ölçeğin geçerliliğine işaret etmektedir. Tablo 3'de yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucu elde edilen maddelerin faktör yüklerine ve açıklanan varyans değerlerine yer verilmiştir.

Veri setinin faktör yapılarını belirlemek için ölçme araçlarının her birine (hizmet kalitesi ve performans) ayrı ayrı bir dizi açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Temel bileşenler analizinin ve döndürme yöntemi olarak da Varimax'ın kullanıldığı açıklayıcı faktör analizinde öz değeri 1'in üzerinde olan maddeler baz alınmıştır. Faktör yükü .40'nin altında olan ve binişiklik gösteren hizmet kalitesi ölçeğinden 3 madde analizden çıkarılmıştır. Hizmet kalitesi için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda açıklanan varyansı en yüksek olan alt boyut sırasıyla empati (%16), yeteneklilik (12), heveslilik (%12), fiziki kaynaklar (%11) ve güvenilirlik (%9) şeklindedir. Performans ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda ise faktör yükü 40'nin altında olan bir madde olmadığı ve binişiklik söz konusu olmadığı için herhangi bir madde analizden çıkarılmamıştır. Performansın açıklanan varyansı ise %53'tür. Hizmet kalitesinin açıklanan varyansı ise %61 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. Ölçme Araçlarının Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Değerleri

Ölçekler ve Alt Boyutları	Faktör Yükü	Açıklanan Varyans	Coronbach Alpha
Hizmet Kalitesi Ölçeği			
1. Empati			
Hastane çalışanlarının çalışma saatlerinin hastalara uygun şekilde düzenlenmesi.	.648	15.976	.792
Hastane çalışanlarının hastalarla tek tek ilgilenmesi.	.641		
Hastane çalışanlarının hastalarla çok yakından ilgili olması.	.618		
Hastane çalışanların hastaların özel isteklerini anlamaları.	.566		
Hastane çalışanların hastaların menfaatini her şeyin üstünde tutmaları.	.565		
2. Yeteneklilik			
Hastane çalışanlarının hastaların sorularına cevap verecek bilgiye sahip olmaları.	.708	12.422	.748
Hastane çalışanlarının hastalar üzerinde güven duygusu uyandırmaları.	.671		
Hastaların hastane çalışanları ile olan etkileşimlerinde kendilerini güvende hissetmeleri.	.613		
3. Heveslilik			
Hastane çalışanlarının verecek olan hizmetin tam olarak ne zaman gerçekleşeceğini hastalara bildirmesi	.690	12.209	.745
Hastane çalışanlarının hastalara süratli bir şekilde hizmet vermeleri.	.677		
Hastane çalışanlarının hastalara her zaman yardımcı olmak istemeleri.	.630		
Hastane çalışanlarının hiçbir zaman hastaların isteklerini cevaplayamayacak kadar meşgul olmamaları.	.561		
4. Fiziksel Kaynaklar			
Hastanede kullanılan eşya ve malzemelerin görünüşü	.704	11.162	.742
Hastanenin modernliği	.656		
Hastane binasının ve ofislerinin görünüşü	.612		
Hastane çalışanlarının hijyeni ve görünüşü	.603		
5. Güvenirlilik			
Hastane çalışanlarının sözlerini yerine getirmedeki tutarlılığı	.778	9.453	.761
Hastane çalışanlarının doğru hizmeti ilk seferde vermeleri	.537		
Hastane çalışanlarının bir hizmeti daha önceden söyledikleri zamanda vermeleri.	.527		
Performans			
Hastanenin sorunsuz bir hastane olması sebebi ile tercih edilmesi	.776	53.449	.705
Hastanenin üstün hizmet sunması	.752		
Hastaların hastaneden üstün performans beklemesi	.720		
Hastanenin performansının oldukça iyi bulunması	.672		

Hipotezlerin Test Edilmesi

Bağımsız değişken olan hizmet kalitesi ile bağımlı değişken olan marka performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 4’de yer alan değerler, modelin ve tahminlenen katsayıların istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Beta katsayıları bağımsız değişkenin (hizmet kalitesi) ya da bağımsız değişkenin alt boyutlarından her birinin (fiziki kaynaklar, güvenirlilik, heveslilik, yeteneklilik ve empati) bağımlı değişken üzerindeki (marka performansı) oransal olarak açıklama gücüne işaret etmektedir. Yapılan analizler neticesinde, hizmet kalitesinin marka performansındaki değişkenliğin (düzeltmiş

R²) %66'ını açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo 4'de ise modele ilişkin bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki açıklama gücünü gösteren β katsayılarına ve bu katsayıların anlamlılık değerlerine yer verilmiştir. Ayrıca tabloda araştırma modeline ilişkin çoklu doğrusallık değerlerine de yer verilmiştir. Mason ve Perrault (1991) tolerans değeri .10'dan küçük olan ve VIF skorunun 10 ve 10'un üzerinde olan değerlerin problem yarattığını ve modelin tekrar değerlendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu bakımdan söz konusu modelin tolerans ve VIF değerleri dikkate alındığında çoklu doğrusallık sorununun olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. Çoklu Regresyon Analizi Sonucu

Model	Standardize Edilmemiş Beta Değeri	Standart Hata	Standardize Edilmiş Beta Değeri	T Değeri	F Değeri	Serbestlik Derecesi	Düzeltilmiş R Kare	Anlamlılık Değeri	Tolerans Değeri	VIF Değeri
					395.180	5	.664	.000		
Fiziki kaynaklar	.223	.021	.254	10.371					.408	2.453
Güvenirlilik	.105	.031	.111	3.427					.373	2.681
Heveslilik	.163	.032	.166	5.071					.433	2.310
Yeteneklilik	.188	.030	.197	6.319					.633	1.581
Empati	.233	.028	.239	8.318					.408	2.453

Tablo 4'e göre fiziki kaynakların ($\beta=0.25$, $p<0.05$), güvenirliliğin ($\beta=0.11$, $p<0.05$), hevesliliğin ($\beta=0.16$, $p<0.05$), yetenekliliğin ($\beta=0.19$, $p<0.05$) ve empatinin ($\beta=0.23$, $p<0.05$) marka performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır. Diğer taraftan F testi (395.180, $p<0.00$) modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğuna işaret etmektedir. Düzeltilmiş belirtme katsayısı dikkate alındığında (Adj. R²), bağımsız değişkenlerin (fiziki kaynaklar, güvenirlilik, yeteneklilik, empati, heveslilik) bağımlı değişkendeki değişkenliğin (marka performansı) %66'sını açıkladığı tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında H1 hipotezinin verilerle desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonucu elde edilen regresyon eşitliği ise şöyledir: Marka Performansı = .521 + .223 Fiziki Kaynaklar + .105 Güvenirlilik + .163 Heveslilik + .188 Yeteneklilik + .233 Empati.

Sonuç

Hizmetlerin karmaşık ve çok yönlü doğası, stratejik olarak hizmetlerin hangi yönlerinin geliştirilmesi gerektiği ile ilgili çelişkiler yaşanmasına neden olmuştur. Sağlık hizmetleri ise hizmet sektörünün en temel unsurları arasında yer almaktadır. Bu bakımdan sağlık sektöründe yer alan hastanelerin performanslarının iyileştirilmesi ve hizmet kalitelerinin geliştirilmesi için dizi yöntem, araç strateji ve hatta tüm bu unsurları kapsayan bir vizyona, felsefeye ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla hastanelerin çok yönlü bir çaba içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu bakımdan bu çalışma, hastaların bakış açısından hastanelerin hizmet kalitesini ve hastanelerin performansını ölçmeye çalışmıştır. Elde edilen sonuçların hastanelerin hizmet kalitesi ile ilgili yaşanan sorunları çözmesi ve özellikle hizmet kalitesinin hangi unsurlarının hastalar için daha önemli olduğunu tespit edilmesi bakımından önem taşımaktadır.

Sağlık otelciliği olarak da adlandırılan hastane otelciliği, tıbbi hizmetler ile birlikte hasta ve hasta yakınlarına konaklama, yiyecek içecek hizmeti sunan hastaneler olarak değerlendirilmektedir. Sağlık otelciliği, ayakta ve yatarak tedavi edilen tüm hastalara yönelik olup, hastanın hastaneye giriş yapıp hastaneden ayrıldığı süre zarfında almış oldukları bütün hizmetleri kapsamaktadır (Kozak ve Gülenç, 2017). Bu çalışmada sağlık otelciliğinde hizmet kalitesinin hastanenin performansı üzerindeki etkisinin olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla hasta ya da hasta yakını olarak söz konusu illerde bulunan hastanelerden sağlık hizmeti almış olan insanların konu ile ilgili değerlendirmeleri dikkate alınmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda fiziki kaynakların katsayısı .254 olarak tespit edilmiştir. Bir başka ifade ile fiziki kaynaklardaki bir birimlik artış marka performansında .254 birimlik artışa neden olmaktadır. Hizmet kalitesinin bir diğer alt boyutu olan güvenilirliğin katsayısı ise .111 olarak tespit edilmiştir. Bir başka deyişle güvenilirlikteki bir birimlik artış marka performansında .111 birimlik bir artış meydana getirecektir. Hizmet kalitesinin heveslilik alt boyutunun katsayısı ise .166 olarak tespit edilmiştir. Kısaca, heveslilikteki bir birimlik artış marka performansında .166 birimlik artışa neden olmaktadır. Yeteneklilik alt boyutunun katsayısı ise .197 olarak tespit edilmiştir. Özetle, yeteneklilikteki bir birimlik artış marka performansında .197 birimlik bir artış meydana getirecektir. Hizmet kalitesinin empati alt boyutunun katsayısı ise .239 olarak tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile empatideki bir birimlik artış marka performansında .239 birimlik artışa neden olmaktadır.

Kuramsal Çıktılar

Hastaların ve hasta yakınlarının beş boyutlu hizmet kalitesi ölçeği (fiziki kaynaklar, güvenilirlik, yeteneklilik, empati, heveslilik) ile ilgili tutumlarının oluştuğu tespit edilmiştir. Katılımcıların, marka performansına ilişkin tutumlarının oluştuğu da elde edilen tespitler arasındadır. Değişkenlere ilişkin Cronbach's Alpha değerleri .792-.705 arasında değişmektedir. Hizmet kalitesi ölçeği boyutlarının ortalamaları dikkate alındığında fiziki kaynaklar boyutunun ortalaması 4.6214, güvenilirlik boyutunun ortalaması 4.3247, heveslilik boyutunun ortalaması 4.4099, yeteneklilik boyutunun ortalaması 4.6184 ve empati boyutunun ortalaması 4.1874 olduğu tespit edilmiştir. Marka performansı ile katılımcıların değerlendirilmelerinin ortalamaları ise 4.5641 olarak tespit edilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda ise bağımlı değişkenlerin (fiziki kaynaklar, güvenilirlik, yeteneklilik, empati, heveslilik) bağımsız değişkenlerdeki (marka performansındaki) değişkenliğin %66'sını açıkladığı tespit edilmiştir. Marka performansındaki değişkenliği açıklayan değişkenler önem sırasıyla fiziki kaynaklar (%25), empati (%23), yeteneklilik (%19), heveslilik (%16) ve güvenilirlik (%11) şeklindedir.

Çalışma kapsamında hizmet kalitesi için gerçekleştirilen faktör analizi neticesinde hastaların hastanelere yönelik en çok empati tutumlarının, en az ise güvenilirlik tutumunun oluştuğu tespit edilmiştir. İkinci sırada yeteneklilik, üçüncü sırada heveslilik, dördüncü sırada ise fiziki kaynaklar yer almaktadır. Pekkaya ve İmamoğlu (2017) ise en önemli hizmet kalitesi boyutunun güvenilirlik ve yeteneklilik olduğunu; fiziksel kanıtlar ve empati boyutunun ise en az öneme sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Hizmet kalitesinin fiziki kaynaklar, empati ve güven boyutlarının ise hasta memnuniyeti ve sadakati ile ilgili olmadığı tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada ise hastaların hizmet kalitesinin tüm boyutlarına ilişkin tutumlarının oluştuğu ve alt boyutların önemlilikleri ile ilgili dikkate değer bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir (Kalaja

vd., 2016). Chakravarty (2011) ve Untachai (2013) ise yapmış oldukları araştırmalar sonucunda hastaların hizmet kalitesine ilişkin yalnızca fiziki kaynaklar ve heveslilik boyutunda tutumlarının oluştuğunu, güvenilirlik, empati ve yetenekliliğe ilişkin tutumlarının ise oluşmadığını tespit etmişlerdir. Devedakan ve Aksaraylı (2003) tarafından yapılan bir çalışmada hastalarca hizmet kalitesinin en önemli boyutunun güvenilirlik ve güven olduğu tespit edilmiştir. Hizmet kalitesinin fiziksel kaynaklar ve empati boyutu ise hastalarca en az öneme sahip olan hizmet kalitesi boyutu olarak tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında tespit edilen sonuçların söz konusu literatür ile eksiksiz bir uyum içerisinde olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu durumun olası nedeni hastaların verilen hizmetin kalitesini sağlıklı bir şekilde değerlendirecek teknik bilgiye sahip olmamalarıdır. Bununla birlikte tüm bu çalışmaların farklı coğrafyalarda gerçekleştirilmiş olması da elde edilen sonuçların farklı olmasına neden olmaktadır.

Marka performansındaki değişkenliği açıklayan hizmet kalitesinin alt boyutları önem sırasıyla fiziki kaynaklar, empati, yeteneklilik, heveslilik ve güvenilirlik şeklindedir. Bu sonuçlar ise hasta ve hasta yakınlarının hastanenin performansına ilişkin yargılarının oluşumunda öncelikle hastanenin fiziki kaynaklarının ve hastane çalışanlarının empati yeteneklerinin etkisinde kaldıklarını göstermektedir. Bu etkiyi çalışanların empati, yeteneklilik ve heveslilik tutumları takip etmektedir. Bu sonuçlar daha önce gerçekleştirilen çalışmalar ile tutarlılık göstermektedir (Itumalla, 2012; Li vd., 2015; Meesala & Paul, 2018). Nitekim Kotler ve Keller (2012) hizmet sektöründe işletmelerin kalitelerini daha çok fiziki ortam, çalışanlar, kullanılan iletişim araçları, sembol, slogan ve fiyat gibi somut unsurlarla ifade ettiklerini öne sürmüştür. Bu bakımdan elde edilen sonuçlar mevcut kuramla örtüşmektedir.

Uygulamaya Dönük Çıkarımlar

Elde edilen sonuçlar dikkate alındığında hastane yöneticileri özellikle güvenilirlik ve sonrasında fiziki kaynaklar konusunda hastanelerini geliştirmek durumundadırlar. Nitekim hastaların bu boyutlarla ilgili tutumları düşük düzeyde oluşmuştur. Çalışanların hastalara karşı daha duyarlı olmaları ve hastaların kendilerini güvende hissedebilecekleri ortamlar yaratmaları hastanenin hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için son derece önemli olacaktır. Hastalara verilen hizmetlerin hızlandırılması, randevuların daha etkili bir biçimde kullanılması, kalitenin güvenilirlik ile ilgili yönüne katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, hastane yönetimleri hastanelerinin fiziki donanımları, kullandıkları makine ve malzemeler, çalışanların hijyeni, binanın temizliği ve görünüşü gibi konular bakımından daha hassas olmaları gerekmektedir. Hastanelerin temizlik hizmetlerini dışarıdan profesyonel bir temizlik şirketinden almaları önerilmektedir. Hastalarca kullanılan sirkülasyon alanlarının, hastane çalışanlarınca kullanılan sirkülasyon alanlarından ayrılması ve hatta ziyaretçiler için ayrı sirkülasyon alanlarının oluşturulması hastanelerin temizlik zafiyetlerini önemli ölçüde giderecektir. Ortak kullanım alanlarının belirli periyotlarla düzenli olarak temizlenmesi de hijyen ile ilgili sorunların giderilmesine ve böylece hastanenin fiziki kaynaklar ile ilgili algının iyileşmesine katkı sağlayacaktır.

Çalışmadan elde edilen bir diğer tespit ise hizmet kalitesinin fiziki kaynaklar ve empati boyutlarının hastanenin performansı ile ilgili tutumun şekillenmesinde son derece önemli olduğudur. Çalışanların empati yeteneklerinin geliştirilmesi bakımından hastanede çalışma saatlerinin hastalara uygun bir biçimde düzenlenmesi, çalışanların hastaların özel isteklerini anlamak için çaba sarf etmeleri, hastanın menfaatlerini her şeyin üstünde tutmaları hastanenin marka performansına katkı sağlayacaktır. Bu açıdan hastane yönetimi, çalışanların bu konulardaki duyarlılıklarını arttırmak için, çalışanların iş başı ve iş dışı eğitimlere katılmalarına ortam ve olanaklar sağlayabilirler. Fiziki kaynaklar ile ilgili algıyı iyileştirmek ve böylece hastanenin performansını geliştirmek isteyen hastane yöneticileri hijyen konusundaki hassasiyetlerini arttırmaları gerekmektedir. Hastane binasının ve ofislerinin dış görünüşü, modernliği ve kullanılan malzemeler hastaların kalite algısını önemli ölçüde şekillendirmektedir. Hastane yöneticilerinin bu konulardaki duyarlılıklarını arttırmaları, konuya daha ciddi bir biçimde eğilmeleri gerekmektedir. Ayrıca hastane yöneticileri hizmet kalitesinin beş boyutu bakımından güçlü oldukları yönlerini (empati) bir pazarlama stratejisi olarak kullanmaları ve zayıf yönleri (güvenirlilik, fiziki kaynaklar) bakımından da kendilerini geliştirmeleri önerilmektedir. Bunun yanı sıra, hizmet kalitesi ile ilgili ölçümlerin periyodik olarak yapılması hastanenin hizmet kalitesi bakımından kendini yönlendirmesinde etkili olacaktır.

Sağlık otelciliğinde fiziki kaynaklar bakımından hastanenin hijyeni, yeterli aydınlatma, hastane binasının ve ofislerinin özellikleri, hastanenin sahip olduğu teknik donanımları, görevlilerin fiziki görünüşleri ve kullanılan ekipmanların modernliği, hastanenin marka performansına katkı sağlayacaktır. Hasta ve hasta yakınları için makul danışma saatleri, hastaların spesifik ihtiyaçlarının anlaşılmaya çalışılması için ekstra çaba sarf edilmesi ve çalışanların iletişim yeteneklerinin artırılması hastanenin marka performansını olumlu yönde etkileyecektir. Hastane çalışanlarının verdikleri sözleri tutmadaki tutarlılığı; hasta ve hasta yakınlarının sorunlarını çözmek için gösterdikleri samimi ilgi; görevlilerin ilgili hizmeti tam ve zamanında verebilmeleri ve bu konudaki istekliliği; çalışanların görevlerini inanarak yerine getirmeleri hastanenin kalite ile ilgili algısına katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan çalışanların hastaların sorunlarını çözmedeki samimiyetleri, hasta ve hasta yakınlarına her zaman yardımcı olmak istemeleri; hasta ve hasta yakınlarının güven duygusunun şekillenmesinde etkili olacaktır. Çalışanların hasta ve hasta yakınlarına karşı nazik olmaları, hastaların mahremiyetini her şeyin üstünde tutmaları hastanenin hizmet kalitesi ile ilgili algıyı destekleyecektir.

Sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda, marka performanslarını yükseltmek isteyen hastane yöneticileri öncelikle hastanelerinin fiziki kaynaklarına sonrasında ise çalışanlarının empati yeteneklerini geliştirmeye odaklanmalıdırlar. Yeteneklilik, heveslilik ve güvenirlilik ise marka performansı açısından üzerinde durulması gereken diğer hizmet kalitesi boyutlarıdır. Analizler neticesinde hastaların hizmet kalitesinin fiziki kaynaklara ilişkin tutumunun düşük düzeyde olduğu ve hastanenin marka performansı ile ilgili algısını etkileyen en önemli değişkenin ise yine fiziki kaynaklar olduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan hastane yöneticileri hastane binasının modernliği ile ilgili birtakım yatırımlar yapmalıdırlar. Yöneticiler hastane binasının, hastanede kullanılan malzeme ve ekipmanların görünüşü ve çalışanlarının hijyeni konusunda olanaklarını geliştirmelidirler.

Akademik Öneriler

Hizmet kalitesi ve marka performansı arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışma, teorik ve yönetsel katkılara sahip olmasına karşın, birtakım sınırlılıkları da bulunmaktadır. Bu bakımdan gelecekte yapılacak çalışmalar için öneriler şöyledir:

- Gelecekte yapılacak çalışmalar, araştırma modelinde yer alan değişkenlerin etkisinin daha yakından incelenebilmesi için yaş, eğitim, cinsiyet gibi demografik niteliklerin etkisini ölçmeyi düşünebilirler.
- Parasuraman vd. 'nin (1985) hizmet kalitesi ölçeğinin kullanıldığı bu çalışma, farklı hizmet kalitesi ölçekleri kullanılarak da gerçekleştirilebilir. Nitekim, Parasuraman vd. 'nin (1985) hizmet kalitesi ölçeğinin sağlık sektörünün kendine has niteliklerini tam olarak ölçemediği ve hatta bu ölçeğin sağlık sektörü için çok genel ve yüzeysel kaldığı düşünülmektedir.
- Anlık bir araştırma olarak gerçekleştirilen bu çalışmanın belirli periyotlarla tekrarlanması araştırmanın geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.
- Öncelikle araştırmanın örneklem büyüklüğünün çalışmanın geliştirilebilmesi için yeterli olmakla birlikte; bu değerlendirmelerin yalnızca araştırma kapsamında değerlendirilen hastaneler için geçerli olduğu gözden kaçırılmamalıdır.
- Gelecekteki çalışmalar hastaların hastane seçimlerinden ziyade doktor seçimlerine odaklanabilirler.
- Hastaların hastane ile ilgili tutumlarının şekillenmesinde doktorların etkisi de bir başka araştırma konusu olarak incelenebilir.

Kaynakça

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free.
- Akdag, H., Kalaycı, T., Karagöz, S., Zülfiyar, H., & Giz, D. (2014). The evaluation of hospital service quality by fuzzy MCDM. *Applied Soft Computing*, 23, 239–248.
- Akroush, M. (2007). Exploring the Mediation Effect of Service Quality Implementation on the Relationship between Service Quality and Performance: Managers' Perceptions in the Banking Industry in Jordan, *Global Business and Economics Review*, 10(1), 98-122.
- Aksaraylı, M. ve Devebakan, N. (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 38-54.
- Anderson, C. ve Zeithamal, C.P. (1984). Stage of the Product Life Cycle, Business Strategy, and Business Performance, *Academy of Management Journal*, 27, 5-24.

- Arslan, A. ve Kırık, A. M. (2013). Sosyal Paylaşım Ağlarında Konum Belirleme Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması, *Öneri Dergisi*, 10(40), 223-231.
- Bayrak, B. (2007). *Yüksek Öğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Çalışma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. ve Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents, *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.
- Bülbül, H. ve Demirer, Ö. (2008). Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri Servqual ve Serperf'in Karşılaştırmalı Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 181-198. <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/viewFile/362/344>
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Veri Analiz El Kitabı*, Ankara: Pagem Akademi.
- Casidy, R., Wymer, W. and O'Cass, A. (2018). Enhancing Hotel Brand Performance through Fostering Brand Relationship Orientation in the Minds of Consumers. *Tourism Management*, 66, 72-84. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.008>
- Chakravarty, A. (2011). Evaluation of Service Quality of Hospital Outpatient Department Services. *Medical Journal Armed Forces India*, 67(1), 221-224.
- Choi, K-S., Cho, W-H., Lee, S., Lee, H. and Kim, C. (2004). The Relationships Among Quality, Value, Satisfaction and Behavioral Intention in Health Care Provider Choice: A South Korean Study. *Journal of Business Research*, 57(8), 913-921. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00293-X](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00293-X)
- Çalık, M. (2010). *Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Marka Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çetin, S. ve Kuzucu, H. (2019). Servqual Ölçeği ile Yaşlı Bakımevlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü, *Selçuk Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7(2), 509-523. DO-10.15317/Scitech.2019.215
- Çınaroğlu, S. ve Şahin, B. (2012). Yönetici Değerlendirmelerine Göre Hastanelerde Performans Ölçümü, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 15(1).

- Dalgıç, A. (2013). *Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Antalya’da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Demirer, Ö. & Bülbül, H. (2014). Kamu ve Özel Hastanelerde Hizmet Kalitesi, Hasta Tatmini ve Tercih Arasındaki İlişki: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Amme İdaresi Dergisi*, 47(2), 95-119.
- Diokoa, L. A. N. & Sob, S. A. (2012). Branding Destinations versus Branding Hotels in a Gaming Destination-Examining the Nature and Significance of Co-Branding Effects in the Case Study of Macao. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 554-563. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.015>
- Duncan, E. & Elliot, G. (2002). Customer Service Quality and Financial Performance among Australian Retail Financial Institutions, *Journal of Financial Service Marketing*, 7(1), 25-41.
- Dyson, P., Farr, A. & Hollis, N. (1996). Understanding, Measuring and Using Brand Equity. *Journal of Advertising Research*, 36(6), 9-21. <https://elibrary.ru/item.asp?id=2857096>
- Foroudi, P. (2018). Influence of Brand Signature, Brand Awareness, Brand Attitude, Brand Reputation on Hotel Industry’ Brand Performance. *International Journal of Hospitality Management*, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.016>
- Grönroos C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Gummesson, E. (1987), The New Marketing Developing Long Term Interactive Relationship, *Long Range Planning*, 20(4), 10-20. <http://dx.doi.org/10.1108/07363769510095270>
- Gummesson, E. & Gronroos C. (1987). *Quality of Products and Services: A Tentative Synthesis between Two Models*. Sweden: Science Research Service.
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., Sandhyadhita, P. I. ve Ayuningtyas, K. D. (2015). Strategic Hospital Services Quality Analysis in Indonesia, *Expert Systems with Applications*, 42(6), 3067-3078. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2014.11.065>

- Itumalla, R. (2012). Information Technology and Service Quality in Health Care: an Empirical Study on Private Hospitals in India, *Int. J. Innov., Manag. Technol.*, 3(4), 433-436.
- İmamoğlu, Ö. ve Pekkaya, M. (2017). Hastane Hizmet Kalitesinde Serqual Boyutlarının Önem Derecelerinin Belirlenmesi, *International Journal of Management Economics and Business*, 13, 607-616.
- Kalaja, R., Myshketa, R. & Scalera, F. (2016). Service Quality Assessment in Health Care Sector: The Case of Durres Public Hospital, *Procedi - Social and Behavioral Sciences*, 235, 557-567.
- Kalaycı, Ş. (2010). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Öz Baran.
- Karakoç, F. Y. ve Dönmez L. (2014). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Temel İlkeler, *Tıp Eğitimi Dünyası*, 40, 39-49. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/199275>
- Kerlinger; F.N. (1973). *Foundations of Behavioral Research*. (Second ed.) New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Khosravizadeh O, Vatankhah S, Maleki M. (2017). A Systematic Review of Medical Service Branding: Essential Approach to Hospital Sector. *Ann Trop Med Public Health*, 10(5), 1137-1146.
- Kim, H. B., Kim W. G. ve An J. A. (2003). The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Firms' Financial Performance, *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), 335-351. <https://doi.org/10.1108/07363760310483694>.
- Koç, M. E. (2014). Marka Topluluklarında Algılanan Faydalar ile Marka Performansı Arasındaki İlişki, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Haliç Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Koçak, C.; Albayrak, S. A. ve Duman, N. B. (2014). Hemşirelerin Bakım Verici Rollerine İlişkin Tutum Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 11(4), 16-21.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kozak, M. ve Gülenç, S. (2017). Sağlık Otelciliği Hizmetlerinin Değerlendirilmesi: Eskişehir Hastaneleri Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 1-16. <http://oaji.net/articles/2017/2519-1521547132.pdf>.
- Lassar, W., Mittal, B. And Sharma, A. (1995). Measuring Customer-Based Brand Equity. *Journal of Consumer Marketing*, 12, 11-19. <https://doi.org/10.1108/07363769510095270>.
- Li M., Lowrie D. B., Huang C. Y., Lu X. C., Zhu Y. C. Z., Wu X. H., Shayiti M., Tan Q. Z., Yang H. L., Chen S. Y., Zhao P., He S. H., Wang X. R. ve Lu H. Z. (2015). Evaluating Patients' Perception of Service Quality at Hospitals in Nine Chinese Cities by Use of the ServQual Scale, *Asian Pacific Journal of Tropical Biomedicine*, 5(6), 497-504. <https://doi.org/10.1016/j.apjtb.2015.02.003>.
- Marangoz, M. & Biber, L. (2007). İşletmelerin Pazar Performansı ile İnsan Kaynakları Uygulamaları Arasındaki İlişkinin Araştırılmasına Yönelik Bir Çalışma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2), 202-217.
- Mason, C. H. and Perreault J. W. D. (1991) Collinearity, Power and Interpretation of Multiple Regression Analysis, *Journal of Marketing Research*, 28(3), 268-80.
- Meesala, A. ve Paul, J. (2018). Service Quality, Consumer Satisfaction and Loyalty in Hospitals: Thinking for the Future, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261-269. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>.
- Millar, M.G. ve Tesser, A. (1986). Effects of Affective and Cognitive Focus on the Attitude–Behavior Relation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(2), 270-276. DOI: 10.1037/0022-3514.51.2.270.
- Nair, G. (2016). Impact of Service Quality on Business Performance in Hospitality Industries: An Empirical Study. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 17, 10-28.
- Neşe, A., Turan, A. ve Çizmeci, B. (2017). A Study of Service Quality Assessment for Patients: Case of Ahi Evran University Training and Research Hospital Emergency Services, *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 7(2), 407-420.
- Newcome, L. N. (1997). Measuring of Trust in HealthCare. *Health Affair*, 16, 50-51. DOI 10.1377/hlthaff.23.4.124

- Normann, R. (1991). *Service Management: Strategy and Leadership in Service Businesses*. Chichester, England: Wiley.
- Papatya, G., Papatya, N., & Hamşioğlu, A. B. (2012). Algılanan Hizmet Kalitesi ile Hasta Memnuniyeti: İki Özel Hastanede Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 87–107.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <http://www.jstor.org/stable/1251430>
- Pett, M.A., Lackey, N.R. and Sullivan, J. J. (2003). *Making Sense of Factor Analysis: The Use of Factor Analysis for Instrument*. USA: Sage.
- Raggio, R.D. (2006). *Three Essays Exploring Consumers' Relationships With Brands and The Implications For Brand Equity*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ohio Devlet Üniversitesi, Ohio.
- Rasouli, R. (2016). *Tüketici Temelli Marka Değeri ile Perakendeci Temelli Marka Değerinin Karşılaştırılması ve Perakendeci Temelli Marka Değerinin Marka Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Ağrı-Iğdır-Van İlerinde Süt Ürünleri Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Shafii, M., Rafiei, S., Abooe, F., Bahrami, M. A., Nouhi, M., Lotfi, F. ve Khanjankhani, K. (2016). Assessment of Service Quality in Teaching Hospitals of Yazd University of Medical Sciences: Using Multi-criteria Decision Making Techniques, *Osong Public Health and Research Perspectives*, 7(4), 239-247. <https://doi.org/10.1016/j.phrp.2016.05.001>
- Sultan, P. & Wong, H.Y. (2019). How Service Quality Affects University Brand Performance, University Brand Image and Behavioural Intention: The Mediating Effects of Satisfaction and Trust and Moderating Roles of Gender and Study Mode, *Journal of Brand Management*, 26, 332. <https://Doi.Org/10.1057/S41262-018-0131-3>
- Şahin, Ş. ve Şen. S. (2017). Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52). Doi: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1971>

- Tarcan, G.Y., Karahan, A. & Tarcan, M. (2018). The Effect of Hospital Innovations on Perceived Service Quality: Public Hospital Example, *AJIT-e*, 9(32). DOI:10.5824/1309-1581.2018.2.009.x
- Tengilimoğlu, D. ve Toygar, S. (2013). Hastane Performansının Ölçümünde PATH Yöntemi, *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(1), 50-78.
- Tomes A. E. & Ng, S. C. P. (1995). Service Quality in Hospital Care: the Development of an in-Patient Questionnaire. *Int J Health Care Qual Assur*, 8(3), 25-33. DOI: 10.1108/09526869510089255
- Untachai, S. (2013). Modeling Service Quality in Hospital as a Second Order Factor, Thailand. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88, 118-133.
- Unurlu, Ç. (2016). *Marka Performansının, Kültürün ve Marka Kişiliğinin Marka Sadakati Üzerine Etkisi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama* Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Edirne.
- Varinli, İ., Güllü, K. ve Babayiğit, S. (2002). Perakendecilikte Hizmet Kalitesi ve Tüketicilerin Kalite Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 4.
- Williams, S. J. (1994). Patient Satisfaction: a Valid Concept? *Soc. Sci. Med.*, 38(4), 509-516. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(94\)90247-X](https://doi.org/10.1016/0277-9536(94)90247-X)
- Yıldız, O. ve Erdil, T. S. (2013). Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçülenmesi. *Öneri Dergisi*, 10, 89-100.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., ve Berry, L. L. (1990). *Delivering Service Quality: Balancing Customer Perception and Expectations*, New York: The Free.
- Zeithaml, V. (2000). Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn, *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.



SWARA ve COPELAND Yöntemleri ile Global Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeylerinin Değerlendirilmesi¹

Assessment of the Importance Level of the Factors Affecting Global Supply Chain Management Through SWARA and COPELAND Methods

Dr. Öğr. Üyesi Serdar Yarlıkaş² - Cafiye Arslaner³

Başvuru Tarihi: 20.09.2018

Kabul Tarihi: 23.12.2019

Öz

Global tedarik zinciri yönetiminde hedefe ve başarıya ulaşmak için doğru işletilmesi gereken bir takım faktörler vardır. Bunlar kritik başarı faktörüdür ki bir firmanın başarısı için çok önemli ve gerekli olan faktörleri ve işlemleri ifade etmektedir. Global tedarik zincirini en etkin şekilde yönetmek için yapılan detaylı literatür taraması sonucu ortaya çıkan kritik başarı faktörleri şu şekilde sıralanmıştır; Benzersiz ürün ve hizmet, Çalışanların iş yapma arzusu, Düşük maliyetler, üstün kalite, uygulama hızı, Yerel gereklilikleri ve talepleri yerine getirme ihtiyacı, Kapasitenin Artırılması, Mevcut pazar taahhütlerini yerine getirme gerekliliği, rekabet edebilen bir insan kaynağı, Etkin ve rekabetçi küresel tedarik zinciri stratejisi, Yönetmelikler, Etkin bir risk yönetimi ve bilgi yönetim sistemi, Etkin bir talep planlama sistemidir. Bu çalışmada, öncelikle, global tedarik zinciri yönetimini etkileyen başarı faktörleri incelenmiş, daha sonra, takip eden aşamada, bu başarı faktörlerinin önem sıralamaları ve önem düzeyleri SWARA yöntemi uygulanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, SWARA yöntemi ile elde edilen sonuçların sağlamlasının yapılabilmesi için COPELAND yöntemi kullanılmıştır. SWARA yöntemi uygulaması için kullanılan karar verme anketi Kocaeli’nde bulunan bir küresel tedarik zinciri şirketindeki uzmanlara uygulanmıştır. Bu anket ile elde edilen verilerin analizi sonucunda en önemli kriterin 0,108 değeri ile ‘uygulama hızı’, en düşük öneme sahip kriterin ise 0,050 değeri ile ‘yönetmelikler’ olduğu görülmüştür. Bu sonuç ise küresel tedarik zinciri ile ilgili literatürdeki çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışma ile elde edilen kriter ağırlıkları firmalar tarafından global tedarik zinciri yönetim sistemlerinin seçiminde kullanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Global Tedarik Zinciri, SWARA, COPELAND, Başarı Faktörleri

¹ Bu çalışma , ‘International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (ICEESS’18), June 27-28, 2018 /Bandırma - Turkey’ adlı konferansta sözlü olarak sunulan ‘Küresel Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Kritik Başarı Faktörlerinin Belirlenmesi’ isimli özet bildiriden yararlanarak, ilgili çalışmanın anket ve karar verme uygulaması yapılarak SWARA ve COPELAND yöntemleri ile analiz yapıp genişletilerek oluşturulmuş halini içeren özgün ve yeni nitelikte bir çalışmadır.

² Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, serdar.yarlikas@kocaeli.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5087-955X

³ Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, cafiye.arslaner@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3804-1284

Abstract

There are a number of factors that need to be applied to reach the goal and achieve the success in the management of global supply chain. These are the critical success factors that state the significant and required ones for the success of a company. Critical success factors obtained through a detailed literature review in order to manage the global supply chain in the most efficient manner are listed as follows; Unique product and service, Employee desire to do business, Low costs, superior quality, speed of implementation, Need to fulfill local requirements and demands, Increasing Capacity, Need to fulfill current market commitments, Competitive human resources, Efficient and competitive global supply chain strategy, Regulations, Effective risk management and information management system, An effective demand planning system. In this study, first of all, the success factors affecting global supply chain management were investigated, after that, in the following step, the importance level and order of importance of these success factors were tried to be determined by applying the SWARA method. Besides, COPELAND method was used so as to prove the results obtained through the SWARA method. The decision-making survey required for the implementation of SWARA method was applied to the experts in a global supply chain company in Kocaeli. As a result of the analysis of the data obtained thanks to this survey, it was observed that the most important criterion was the implementation rate with 0.108 and, on the other hand, the lowest criterion was the regulations with the value of 0.050. This result resembles the results of the studies associated with global supply chain. The criteria weights obtained through this study can be used by firms in the selection of global supply chain management systems.

Keywords: *Globalization, Global supply chain, SWARA, COPELAND, Success Factors*

Giriş

Tedarik zinciri teknik olarak, malzeme tedariki işlemlerini yerine getiren daha sonra üretim işlemleri sonucunda malzemelere ve mamullere dönüştürüp daha sonra oluşan üretim sistemlerinde katma değer yaratan zincirdir. Bu zincir, malzemelerin sağlanması, bu malzemelerin ara ve tamamlanmış ürünlere dönüşümü ve tamamlanmış ürünlerin müşterilere dağıtım fonksiyonlarını yerine getirir. Tedarik zincirinin yönetimi ise, hammaddenin sisteme girip son kullanıcıya teslim edilmesine kadar gerçekleşen zincirdeki hem yukarı (upstream, girdi sağlayanlar), hem de aşağı (downstream, dağıtım ve pazarlama sonrası hizmetler) tüm malzeme ve bilgi akışlarının kontrol ve koordinasyonunu kapsayan bir faaliyettir (Eymen, 2007, s.7; Ganeshan ve Harrinson, 1995; Min ve Zhou, 2002, s.231-249; Teigen, 1997).

Tedarik zincirleri artık sadece yurt içindeki tedarikçilerle ve işletmelerle sınırlı kalmamaktadır. Dolayısıyla artan bir hızla ulusal sınırları geçen ve küreselleşen tedarik zincirleri ağları da oluşturulmaktadır. Tedarik zincirlerinin küreselleşmesine yönelik mevcut eğilim, küreselleşmenin gerçekten ne anlama geldiği ile ilgilidir. Açıkça, küreselleşme, malların sınır ötesi hareketine ve bir sektör içindeki rekabetçi tedarik zincirlerine karşı küresel rakiplerin ve fırsatların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, yöneticiler genellikle, küresel

pazar ile tek bir pazar arasındaki farklılıkları sorgulamaktadır. Çünkü aynı koşulların çoğu her ikisinde de mevcuttur. Bu doğru olsa da, küreselleşmenin gerektirdiği ithalat ve ihracat benzeri küresel piyasalardaki karmaşıklığı, tek bir ülkedeki üretim işlemleri karmaşıklığından daha fazladır ve küresel ortamda rekabet etme yeteneği, genellikle sınır ötesi ticaretle ilgili yani “Global Tedarik Zinciri Yönetiminde (GTZY) ortaya çıkan teknik ve ekonomik detayları ve şartları” anlamaya dayanmaktadır (Mentzer vd., 2006).

Günümüz pazarlarındaki şiddetli rekabet; endüstriyel teknolojiye ileri adımlar, talebin ve tedarik kaynaklarının artan küreselleşmesi, bilgi bulunabilirliğindeki muazzam gelişmeler, bol miktarda risk sermayesi ve yaratıcı iş tasarımları tarafından yönlendirilmektedir (Bovet ve Sheffi 1998, s. 14-22). Yoğun rekabet içeren pazarlarda, pazar payının basit analizlerle değerlendirilmesi ve incelenmesi, karlılığı sağlamak için artık yeterli değildir ve bu nedenle şirketler, rekabetçi alanlarını ya da kâr alanlarını yeniden tanımlamaya odaklanırlar (Bovet ve Sheffi 1998, s. 14-22; Tekin, vd. 2005, s.115-129).

Önceden işletme yönetiminde daha kritik olduğu düşünülen pazarlama, satış ve finans gibi temel işletme fonksiyonları ile karşılaştırdığımızda bilginin üretilmesi ve işletme birimleri arasında paylaşılması ikinci dereceden önemli sayılmaktaydı (Ross, 1998, s. 2-3; Croxton vd., 2001, s.13-32). Günümüzde ise bilgi üretimi ve paylaşılması, bilişim teknolojilerinin kullanımı ile, artık işletme yönetiminde ve dolayısıyla tedarik zinciri yönteminde daha önemli ve daha etkin bir hale gelmektedir.

Genel olarak tüm dünyada etkisini gösteren küreselleşme tedarik zincirlerini de etkilemektedir. Bilişim teknolojilerinin yaygınlaşması bilgi akışını hızlandırmış, zaman, mekân ve mesafe algılarını değiştirmiştir. Dolayısıyla bu durum kültürleşme sürecine ivme kazandırarak küresel ortak değerlerin oluşmasını sağlamıştır. Ve bu da tedarik zincirlerinin yönetimine yansımıştır. Bu sebeple tedarik zincirleri daha kapsamlı ve karmaşık bir yapıya bürünmektedir. Bilginin, hammaddenin, mal ve hizmetlerin artan bir şekilde uluslararası dağıtım ve paylaşımına girmesiyle dünya tek bir pazar haline gelmiştir. Tedarik zinciri unsurlarının da değişimini ve güncel değişimlere uyum sağlamasını kaçınılmaz kılmıştır (Ateş, 2007, s.110).

Global tedarik zincirindeki her bir çalışanın amacı, en yeni bilgiyi zincirdeki diğer çalışanlara iletmektir. Dolayısıyla bu şekilde daha mükemmel arz ve talep dengesi sağlanmaktadır. Global tedarik zincirinin karmaşıklığı, bir uçtan bir uca bir bütün olarak gözlemlenmesini zorlaştırabilir. Ancak başarılı tedarik zinciri yöneticileri, bu bakış açısını geliştirmek için firmalar arasındaki iletişim ve işbirliğini iyi tasarlanmış bir plan ile gerçekleştirmeyi amaçlamaktadırlar. Dolayısıyla global tedarik zinciri yönetimini etkileyen faktörlerin ve bu faktörlerin önem düzeylerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Bu belirlenen faktörler doğrultusunda iyi tasarlanmış ve iyi yapılandırılmış bir küresel tedarik zinciri yönetimi oluşturulabilir, yani global tedarik zincirlerinde bir takım stratejik problemlerle karşı karşıya kalınması durumunda bu faktörlerin önem düzeyleri dikkate alınarak global

tedarik zinciri yönetiminde karşılaşılabilecek sorun ya da problemlere çözüm üretmede daha etkin bir karar verme mekanizması oluşturulabilir.

Literatür Taraması

Küreselleşme kelimesi; genişleyen uluslararası ticaret, sınırları aşan finansal kaynak aktarımı, artan dış yatırımlar, büyüyen çok uluslu işletmeler ve ortak girişimler anlamına gelmektedir. İktisatçı Richard Lipsey'e göre "bir ekonominin küreselleşmesi birçok bireysel ülke ekonomisindeki finansman ve üretim sektörlerinin artan ölçülerde bütünleşmesi" olarak tanımlanmaktadır. Dünyanın değişik ülkelerindeki fabrikalardan temin edilen parçaların nihai montaj için bir başka ülkede toplanması ve üretim sürecinin değişik aşamalarında finansmanının çeşitli ülkelerin sermaye piyasalarında sağlanması bu tanıma uygun bir örnek teşkil etmektedir (Akın, 1998, s.7).

Küresel tedarik zinciri yönetimi, ülke sınırları dışına çıkarak tüm ulusları ve kıtaları içermektedir. Diğer bir ifade ile çok uluslu bir yapıyı sergiler. Günümüzde bu durumun en iyi örneklerinden biri olan büyük bir küresel ekonomik güce sahip ve tüm kıtalara ihracat ve ithalat faaliyetlerinde bulunan Çin ve ilişkisel partnerlerini sayabiliriz. Dolayısıyla küresel tedarik zinciri yönetimi; kıtalararası satıcılardan (tedarikçiden) malzemeleri (ham madde, yarı mamul, mamul ve alt montaj malzemelerini vb.) üretim sürecine taşıyan sonrasında ise, son ürüne dönüşmüş ürünleri nihai kıtalararası müşterilere ulaştıran büyük ve karmaşık yapının tüm yönlerini içermektedir (Onat, 2002, s.38).

Küresel alanda rekabetçi kalabilmek için, işletmeler bölgesel olarak dağılmış tedarik zincirini bir bütün olarak anlamak zorundadırlar. Sistem, parçaların etkileşimi üzerine düşünülmüş olup, parçaların içindeki dinamizmin ve etkileşimin sistemin sonuçlarına etkisi beklenenden daha fazladır. Müşteri problemlerinin çözümü için hizmet eden, özellikle dağıtım ve online sipariş sistemlerinde, müşteri en kilit konumundadır. Bu sistemler sayesinde, maliyetlerde düşüş, işlem hızlarında artış, müşteriler adına esneklik sağlanabilmektedir (Applegate vd. 2003, s.83).

Küresel Tedarik Zincirini Etkileyen Faktörler

Tedarik zinciri yönetiminin tasarımını, karar problemi kapsamında değerlendirecek olursak, ürün tesislerinin sayısı ve lokasyonu kapsamında, her bir tesisin kapasite miktarı, her pazarın diğer bir pazara olan mesafesi ve tedarik seçimini içerir. Küresel tedarik zinciri tasarımı, tesislerin uluslararası lokasyonunu seçmeyi gerektirir ve özel küresel faktörleri içerir. Bu tasarım kararları merkezci olmayabilir, bununla birlikte yöneticiler her tesiste kendi kararını verir ya da merkezci bir yapıda olabilir, kararlar diğer tesislerle karşılaştırılıp koordine edilebilir. Burada esas önemli olan yöneticilerin, işletmenin tedarik zinciri yönetimi stratejisiyle tutarlı kararları seçmeleri ve uygulamalarıdır (Meixell, 2005, s. 531-550).

Küresel piyasalarda tedarik zincirinde yer alan sektörün başarı faktörlerinin tanımlanması, firmaların rekabetçi konumlarının belirlenmesinde önemli bir rol oynar. Bu başarı faktörleri, firmanın rekabetçi performans düzeyini etkilemesi açısından önemi yüksek olan alanları ifade

etmektedir. Bu alanlardaki kötü sonuçlar, firmanın performansını doğrudan ve kısa sürede olumsuz etkileyecektir. Buna karşın, iyi sonuçlar da performansın artmasını sağlayacaktır.

Dolayısıyla küresel tedarik zincirini etkileyen başarı faktörlerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. **Benzersiz ürün ve hizmet:** Bazı ürün ve hizmetlerin tek bir tedarikçisi olmasından dolayı bu tarz bir temin yöntemi tercih edilebilir. Özel talepleri karşılamak için çıkarılan, benzeri daha önce üretilmemiş/yapılmamış ürünler ve hizmetlerdir. Ayrıca bir tek olarak ya da çok özelleştirilmiş olarak üretilen ve belirli bir tüketici kitlesinin özel istek ve gereksinmelerini karşılayan, alıcıların elde etmek için zaman ve para harcamayı göze aldığı ürün ve hizmet türleri de denilebilir (Özdemir, 2004, s.93, Güleş ve Bülbül, 2004, s.135).
2. **Çalışanların iş yapma arzusu:** Bazı durumlarda yabancı tedarikçiler iş yapma konusunda daha fazla ilgi göstermelerinden ve daha fazla çaba sarf etmelerinden dolayı tercih edilmektedirler. Çalışanların performansı düzenli olarak ölçülmelidir. Bu durum doğrultusunda global tedarik zinciri yönetimi çalışanlarına, etkin ve verimli olmaları için gerekli imkanlar sunulmalı, eğitim verilmeli ve kariyerlerinde yükselme imkanları sağlanmalıdır (Yön, 2007, s.20).
3. **Düşük maliyetler:** Uluslararası sınırlarda satın alma işletmeler için daha düşük maliyetli ürün ve hizmet temin etmelerini sağlar bu yabancı tedarikçilerin küresel piyasada yer almalarından dolayı maliyet avantajlarından ya da sahip oldukları kur farklarından kaynaklanabilir (Yön, 2007, s.20, Türköz, 2007, s.22).
4. **Üstün kalite:** Yurt dışındaki tedarikçiler yurt içindekilere nazaran daha kaliteli ürün sunmalarından dolayı tercih edilebilmektedirler. Pazarda lider olan tedarikçilerin sunduğu kalite garantisi tercih sebebi olmalarına ana bir neden olarak ifade edilebilir. Kalite, sistemli ve düzenli olarak iyileştirilmelidir. Unutmamak gerekir ki, tedarik zinciri yönetimi üstün performansı, en doğru olarak, rakiplerle kıyaslama ve rekabet farkındalığı ile yapılır. Böylece her safhada, yapılmış hatalar düzeltilir, hız artırılır ve para dönüşü etkin olarak sağlanır (Türköz, 2007, s. 21, Yön, 2007, s.20).
5. **Uygulama hızı;** Tedarik zinciri yönetimi, müşteri taleplerini en verimli ve en kısa sürede karşılamalıdır. Dolayısıyla firmaların yetenekleri; tedarik zincirinde cevap verebilme düzeylerini ve hızlarını belirler. Tedarik zinciri hızını; çalışanların bilgi ve becerileri, talep karşılama yönetimi, tedarik ve üretim yetenekleri, esneklik kapasiteleri ve sürdürülebilirlikleri belirler. Bunları, müşterilerin dinamik talepleriyle beraber ele almak ve değerlendirmek daha doğru olur (Türköz, 2007, s.22, Tokdemir, 2016).
6. **Yerel gereklilikleri ve talepleri yerine getirme ihtiyacı:** Yerel gereklilik, bir ülkedeki kuruluşun çalışma düzenini, yöntemini belirleyen, bu kuruluşta çalışanların uyacakları kuralları içermektedir. Bu sebeple yabancı bir pazar için üretim yapıyorsa bu ürünün hedef pazarda daha çekici olmasını sağlamak için ilgili ülkenin yerel gerekliliğine göre tedarikçilerinden temin sağlanabilir (Yön, 2007, s.20).
7. **Kapasitenin Artırılması:** Etkin ve verimli bir tedarik zinciri yönetiminin temel taşlarından biri operasyon yönetimi sisteminin hiçbir zaman girdi yetersizliği ile karşı karşıya kalmamasıdır. Yurt içi tedarikçilerin taleplere yetişemediği durumlarda yabancı

- tedarikçilerden gereken ürünlerin temini kararı verilebilir (Yön, 2007: 20, Kueia, vd, 2011, s.4457-4481).
8. **Mevcut pazar taahhütlerini yerine getirme gerekliliği:** İşletmeler yabancı işletmelere büyük miktarlarda satış yaptıklarında, satış koşullarının bir parçası olarak işletmenin yine yabancı bir işletmeden ürün ve hizmet satın alarak yatırım yapması ve satış ile ilgili sorumlulukların ilgili firmaya karşı yerine getirilmesi beklenmektedir (Yön, 2007, s.20).
 9. **Rekabet edebilen bir insan kaynağına sahip** nitelikli ve üstün donanımlı bir insan kaynağına sahip olunmalıdır. Yüksek deneyim, bilgi ve beceriye (EQ dahil) sahip insanlarla çalışılmalı ve uygun nitelikleri taşıyan insanlar işe alınmalıdır (Tokdemir, 2016).
 10. **Etkin ve rekabetçi küresel tedarik zinciri stratejisi,** hazırlanmalı ve uygulanmalıdır. Bunun içinde; kısa ve uzun vadede iş, organizasyon, teknoloji, enformasyon ve uygulamalar ile rekabetçi düşük maliyet yapısını getirecek; hızlilik, karşılayabilme, varlık yönetimi ve güvenilirlik olmalıdır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2014).
 11. **Yönetmeliklerin** titizlikle uygulanması ve ilgili kamu kuruluşları ile etkin iletişimde bulunulması gerekmektedir (Tokdemir, 2016).
 12. **Etkin bir risk yönetimi ve bilgi yönetim sistemi** oluşturulmalı ve uygulanmalıdır. Bunlar etkin bir tedarik zinciri yönetimi ve üretim yönetimi ile ilgili kurumların temel unsurlarıdır (Tokdemir, 2016, Manuj ve Mentzer, 2008, s. 192-223)
 13. **Etkin bir talep planlama sistemi** kurulmalı ve uygulanmalıdır. Yani şirketlerin ürünlerine veya hizmetlerine yönelik talebin miktarını ve zamanlamasını doğru şekilde öngörebilmesi amacıyla gerçekleştirdiği sistematik planlama faaliyetleri gerçekleştirilmelidir. Etkin bir talep planlama ile talebi tüm uçtan uca tedarik zinciri ağı boyunca olabilecek en yüksek olasılıkla ölçme, talep tahminleri ve üretim operasyonlarını optimize edip maliyeti minimuma indiren planlar, firmalara üretme yetkinliğini kazandırabilmektedir (Lambert vd. 2002, s.51-66).

Bu belirlenen başarı faktörleri, yöneticilerin sürekli izlemesi gereken faaliyet alanlarıdır. Dolayısıyla bu faktörlerin önem düzeyinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu faktörlerin önem düzeyini ve önem düzeyi sıralamasını belirlemek için SWARA ve COPELAND yöntemlerinden yararlanılmıştır. Literatürde bu yöntemler kullanılarak küresel tedarik zincirini etkileyen bu kritik başarı faktörlerinin önem düzeyinin ve sıralamasının belirlenmesi ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum, çalışmanın özgünlüğünü göstermektedir.

SWARA Yöntemi

Kriter ağırlıklandırma yöntemleri arasında yer alan ve son zamanlarda sıklıkla kullanılmaya başlanan SWARA'nın açılımı "Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis" dır ve Türkçe 'de "Adım Adım Ağırlık Değerlendirme Oran Analizi" olarak kullanılabilir (Kerşulienne vd. 2010, s. 243-258).

SWARA yöntemi, mevcut çevresel ve ekonomik durumları dikkate alan karar vericilere kendi önceliklerini seçme konusunda fırsat tanımaktadır. Ayrıca karar verici olarak belirlenen uzmanların değerlendirmeleri bu yöntemde daha da önemlidir. Çoğu karar verici karar verme süreçlerinde çeşitli kriterleri değerlendirirken zorlanmaktadır. Buna ek olarak bazı yöntemlerde hesaplamalar oldukça karmaşık veya kullanılan yöntem yeterince objektif bir yön içermemektedir ve bu yöntemlerin matematiksel model yapılarından dolayı objektif değerlendirmelere de olanak tanımamaktadır. SWARA yönteminde uzman kişiler bilgi birikimlerini ve tecrübelerini kullanabildiklerinden, süreç karmaşık ve zaman alıcı değildir (Zolfani ve Saparuskas, 2013c, s.408-414). Başka bir deyişle bu yöntemin matematiksel olarak hesaplamalarının daha kolay olması ve uzman değerlendirmelerini daha ön plana çıkaracak şekilde modellenmiş olması, kullanılabilirliğini ve uygulanabilirliğini kolaylaştırmaktadır. Uzmanlar karar verme sürecinde birbirlerine danışarak ortak bir karar oluşturabilirler ya da birden fazla uzman ayrı ayrı değerlendirmelerini gerçekleştirebilirler. Uzmanların seçilen kriterlere yönelik sayısal değerlendirmelerinin ortalamaları alındığından bu yöntem uzmanların birlikte çalışmalarını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca bu yöntem ile uzmanların kriterler hakkındaki hassasiyet ve duyarlılıklarına tam olarak hakim olunabilmektedir. SWARA yöntemi ile ilgili literatür incelendiğinde Tablo 1’de gösterilen birçok problemin çözümünde kullanıldığı bilgisi ile karşılaşmıştır.

Tablo 1. SWARA Literatür Taraması

İLGİLİ YAYIN	ÇÖZÜLEN PROBLEM
Keršulienė vd. 2010	Uyuşmazlık çözümü
Keršulienė ve Turskis, 2011	Mimar seçimi
Zolfani vd. 2013a	Mekanik havalandırma alternatifinin seçimi
Alimardani vd. 2013	Tedarikçi seçimi
Zolfani vd. 2013b	Ürün tasarımı
Aghdaie vd. 2013	Makine parçası seçimi
Zolfani ve Saparuskas, 2013c	Enerjide sürdürülebilirlik göstergelerinin önceliklendirilmesi
Zolfani ve Banihashemi, 2014a	Personel seçimi
Zolfani ve Bahrami, 2014b	SWARA-COPRAS yaklaşımı ile yatırım önceliklendirme
Vafaiepour vd. 2014	Güneş enerji santrallerinin kurulacağı bölgenin seçimi
Aghdaie vd. 2014a	Tedarikçi kümeleme ve sıralama
Aghdaie vd. 2014b	Satış şubesi seçimi
Dehnavi vd. 2015	Bölgesel heyelan tehlikesinin değerlendirilmesi
Karabasevic vd. 2015	İşe alınacak maden mühendisi adaylarının seçilmesi
Stanujkic vd. 2015a	Personel seçimi
Stanujkic, vd. 2015b	Paket tasarımı seçimi
Shukla vd. 2016	ERP sistemi seçimi
Yazdani vd. 2016	Malzeme seçimi
Çakır, 2017a	Kriter ağırlıklarının belirlenmesi
Juodagalviene vd. 2017	Konut planı seçimi
Çakır ve Karabıyık, 2017b	Bulut depolama hizmet sağlayıcılarının değerlendirilmesi

Tabloda görülen çalışmalar incelendiğinde matematiksel işlemlerin oldukça az ve basit olduğu gözlemlenmiş ve tespit edilmiştir. Yöntemde alternatiflerin değerlendirilmesinde kullanılacak olan kriterler en çok önemliden en az önemsiz doğru sıralanmakta ve oylama yapılarak önemsiz kriterler elimine edilmektedir. Kalan kriterlerin önem ağırlıklarını hesaplarken her bir karar vericinin kendisine göre oluşturduğu sıralama dikkate alınmaktadır. SWARA adımları ise aşağıdaki gibidir (Keršulienė vd., 2010, s.243-258):

Adım 1: Her bir karar verici kendisine göre en önemli olan kriteri belirler. Burada en önemli kriter 1,00 puanını alır. Karar vericiler diğer kriterlere puan atamasını en önemli kriteri dikkate alarak yaparlar. Puanlar, 0 ila 1 arasında 2,3,4'ün ve 5'in katları başta olacak şekilde atanır. Kriterlere atanan puanlar, $p_j^k; j=1, \dots, k=1, \dots, l; 0 \leq p_j^k \leq 1$ olarak gösterilir.

Adım 2: Tüm kriterler için göreceli ortalama önem puanı hesaplanır. l karar verici sayısını göstermek üzere karar vericiler tarafından kriterlere atanan göreceli önem puanlarının her bir kriter için ortalaması eşitlik (1) yardımıyla hesaplanır.

$$\bar{p}_j = \frac{\sum_{k=1}^l p_j^k}{l}; 1, \dots, n \quad (1)$$

Adım 3: Tüm kriterler göreceli ortalama önem puanlarına göre büyükten küçüğe doğru sıralanarak karşılaştırılır. Bu yapılan karşılaştırma sonucunda ortalama değer karşılaştırmalı önemi s_j değerleri hesaplanır. c_j değerleri $j+1$ kriterinin j kriterine göre ne kadar önemli olduğunu gösterir ve ikili kıyaslama yoluyla elde edilir.

Adım 4: Tüm kriterler için katsayı değeri c_j , Eşitlik (2) kullanılarak hesaplanır. En büyük s_j değerine sahip kritere ait katsayı $c_j=1$ değerini almaktadır.

$$c_j = s_j + 1; j = 1, \dots, n \quad (2)$$

Adım 5: Tüm kriterler için düzeltilmiş ağırlıklar (s'_j) Eşitlik (3) yardımıyla hesaplanır. Birinci sırada yer alan kriterin düzeltilmiş ağırlığı $s'_j = 1$ 'dir.

$$s'_j = \frac{s_{j-1}'}{c_j} \quad (3)$$

Adım 6: Tüm kriterler için Eşitlik (4) yardımıyla nihai ağırlıklar (w_j) hesaplanır.

$$w_j = \frac{s_{j,l}'}{\sum_{j=1}^n s_{j,l}'} \quad (4)$$

COPELAND Yöntemi

Alternatifler arasından seçim yapmada Condorcet ilkelerinin kullanıldığı Copeland yönteminde bir alternatifin diğer alternatiflere galip gelme ve mağlup olma sayılarının farkı alınır ve elde edilen skorlar ile alternatifler en iyiden başlamak üzere sıralanır (Sanver, 2000, s. 133-144). Copeland adımları aşağıdaki gibidir. (Browne, 2013, Fishburn, 1977, s. 469-489, Klamler, 2003, s.1-7):

Adım 1: Copeland yönteminde ilk adım alternatifler arasında ikili karşılaştırmalar yapmaktır. Her bir $f_k(i,j)$ değerine, A_i ve A_j alternatifleri karşılaştırmasında A_i alternatifi galip gelmiş ise (diğer ifadeyle sıralamada üstte ise) '1'; A_j alternatifi galip gelmiş ise '0' vermektir. Bu ifadeler $f_k(i,j)=\{0,1\}$ olmak üzere eşitlik (5)'de gösterilebilir.

$$f_k(i,j) = \begin{cases} 1 & r_k(A_i) < r_k(A_j) \quad \text{ve} \quad i \neq j \\ 0 & r_k(A_i) > r_k(A_j) \quad \text{ve} \quad i \neq j \\ \text{boş}(-) & r_k(A_i) = r_k(A_j) \quad \text{veya} \quad i = j \end{cases} \quad (5)$$

Adım 2: Bu adımda karar verici bazında skorlar hesaplanmaktadır. $S(i,j)$, A_i alternatifinin A_j alternatifine göre her bir karar vericiden elde ettiği toplam oy sayısını göstermektedir. Böylece, eşitlik (6) ile i . alternatifin j . alternatifine göre aldığı oy sayısı bulunur.

$$s(i,j) = \sum_{k=1}^m f_k(i,j) \quad \text{ve} \quad i \neq j \quad (6)$$

Adım 3: Elde edilen $S(i,j)$ yardımıyla alternatifler arasındaki karşılaştırmada, galipler bulunacaktır. Bunun için eşitlik (7)'den yararlanılacaktır. Eşitliğe bakıldığında galip gelen taraf "1" puan, yenilen taraf "-1" puan almaktadır. Eşitlik durumunda ise "1/2" puan verilmektedir.

$$G(i,j) = \begin{cases} 1 & S(i,j) > (m - S(i,j)) \quad i \neq j \\ \frac{1}{2} & S(i,j) = (m - S(i,j)) \quad i \neq j \\ -1 & S(i,j) < (m - S(i,j)) \quad i \neq j \end{cases} \quad (7)$$

Adım 4: Elde edilen 1 ve 1/2 puanlarına sahip $G(i,j)$ değerleri alternatifler bazında toplanarak galibiyet puanına (GP_i); -1 puana sahip $G(i,j)$ değerleri toplanarak alternatifin yenilgi puanına (YP_i) ulaşılır. Bunun için eşitlik (8) ve (9)'dan yararlanılır.

$$GP_i = \sum_{i=1}^n G(i,j) \quad G(i,j) > 0 \quad (8)$$

$$YP_i = \sum_{i=1}^n G(i,j) \quad G(i,j) < 0 \quad (9)$$

Elde edilen GP_i ve YP_i değerlerinin toplanması sonucu Copeland Puanına (CP_i) ulaşılır. Tablo 12'de, alternatiflerin GP_i , YP_i ve CP_i değerlerini göstermektedir.

$$CP_i = GP_i + YP_i \quad (10)$$

Adım 5: Copeland puanı yüksek olanın en iyi olduğu sonucundan hareketle; alternatifler, elde edilen Copeland puanlarına göre sıralanır. Copeland puanları arasında eşitlik söz konusu olursa, i değeri küçük olan sıralamada üstte yer alacaktır.

Uygulama

SWARA yöntemi sürece birden çok karar verici katılırsa, ölçütleri önem sırasına göre azalan düzeyde sıralamaya olanak tanımaktadır. Dolayısıyla, bu yöntem ile teorik olarak ölçütlerin tek karar vericiye göre değerlendirilmesi mümkün olsa da, uygulamada sürece birden çok karar vericinin katıldığı durumlar dikkate alınmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada, karar verici sayısı 4 olduğu için, karar verici sayısı analizler için yeterlidir (Zolfani vd.2013b, s.158)

Kocaeli’nde faaliyet gösteren bir otomotiv işletmesinin çalıştığı bir global tedarik zinciri şirketinin yönetimini etkileyen kritik başarı faktörlerinin önem düzeyinin belirlenmesi için SWARA ve COPELAND yöntemleri yardımıyla uygulama yapılmıştır. Öncelikle lojistik departmanında görev yapan bir Tedarikçi Kalite Mühendisi, Tedarikçi Geliştirme Uzmanı ve iki tane Tedarik Uzmanı olmak üzere toplam dört karar vericiye (KV₁, KV₂, KV₃, KV₄) Ek’te yer alan anket uygulanmıştır.

Ankette 13 faktör (K₁,K₂,K₃,...K₁₃) detaylı bir literatür taraması ile belirlenmiştir. Bu formda belirtilen kriterleri, karar vericilerin uygun gördükleri şekilde önem derecesine göre sıralandırmaları ve puanlandırmaları istenmiştir.

Adım 1: Öncelikle, karar vericilerin faktörleri 1’den 13’e kadar sıralamaları istenmiştir. Doldurdıkları anketlerde belirtmiş oldukları önem sırasına göre Tablo 2’de görülen sıralama tablosu oluşturulmuştur.

Tablo 2. Karar Vericiler (KV) Düzeyinde Kriter Sıralama

		KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄
K₁	Benzersiz ürün ve hizmet	5	3	2	3
K₂	Çalışanların iş yapma arzusu	4	5	5	5
K₃	Düşük maliyetler	2	4	4	4
K₄	Üstün kalite	3	1	3	2
K₅	Uygulama hızı	1	2	1	1
K₆	Yerel gereklilikleri ve talepleri yerine getirme ihtiyacı	7	8	9	8
K₇	Kapasitenin Artırılması	8	6	7	6
K₈	Mevcut pazar taahhütlerini yerine getirme gerekliliği	13	10	12	10
K₉	Rekabetçi Bir İnsan Kaynağına Sahip Olunması	6	7	6	7
K₁₀	Etkin ve rekabetçi küresel tedarik zinciri stratejisi	10	9	8	9
K₁₁	Yönetmelikler	12	13	11	13
K₁₂	Etkin bir risk yönetimi ve bilgi yönetim sistemi	11	12	13	11
K₁₃	Etkin bir talep planlama sistemi	9	11	10	12

Daha sonra karar vericiler en önemli kritere 1,00 puanını atamışlar ve diğer kriterlere puan atarken yaptıkları sıralamaya uygun ve tutarlı davranmışlardır. Karar vericilerin kriterlere puan atamaları sonucu p_{jk} değerlerinden oluşan Tablo 3’te elde edilmiştir.

Tablo 3. Karar Vericiler (KV) düzeyinde Kriterlerin Önem Derecesine Göre Puanlandırılması (p_{jk} değerleri)

		KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄
K_1	Benzersiz ürün ve hizmet	0.80	0.85	0.95	0.85
K_2	Çalışanların iş yapma arzusu	0.85	0.75	0.85	0.70
K_3	Düşük maliyetler	0.95	0.80	0.80	0.80
K_4	Üstün kalite	0.90	1.00	0.90	0.95
K_5	Uygulama hızı	1.00	0.95	1.00	1.00
K_6	Yerel gereklilikleri ve talepleri yerine getirme ihtiyacı	0.60	0.50	0.60	0.55
K_7	Kapasitenin Artırılması	0.55	0.70	0.70	0.65
K_8	Mevcut pazar taahhütlerini yerine getirme gerekliliği	0.15	0.35	0.20	0.40
K_9	Rekabetçi Bir İnsan Kaynağına Sahip Olunması	0.70	0.65	0.75	0.60
K_{10}	Etkin ve rekabetçi küresel tedarik zinciri stratejisi	0.40	0.45	0.65	0.50
K_{11}	Yönetmelikler	0.20	0.10	0.30	0.10
K_{12}	Etkin bir risk yönetimi ve bilgi yönetim sistemi	0.35	0.20	0.15	0.30
K_{13}	Etkin bir talep planlama sistemi	0.45	0.25	0.40	0.20

Adım 2: Tüm kriterler için göreceli ortalama önem puanı (\bar{p}_j) Eşitlik (1) yardımıyla hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablosu Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Kriterler için Ortalama Önem Puanları

KRİTERLER	Ortalama Önem Puanları (\bar{p}_j)
K_1	0,86
K_2	0,79
K_3	0,84
K_4	0,94
K_5	0,99
K_6	0,56
K_7	0,65
K_8	0,28
K_9	0,68
K_{10}	0,50
K_{11}	0,18
K_{12}	0,25
K_{13}	0,33

Adım 3: Tüm kriterler ortalama önem puanlarına göre büyükten küçüğe doğru sıralanarak, kriterler için ortalama değerin karşılaştırmalı önemi (s_j) değerleri tablosu Tablo 5'de görüldüğü gibi hesaplanmıştır. Kriterlerin önem sıralaması $K_5 > K_4 > K_1 > K_3 > K_2 > K_9 > K_7 > K_6 > K_{10} > K_{13} > K_8 > K_{12} > K_{11}$ şeklinde elde edilmiştir.

Tablo 5. Kriterler için Ortalama Önem Puanlarının Karşılaştırılması

Kriterler	Ortalama Önem Puanları (\bar{p}_j)	Ortalama Değerin Karşılaştırmalı Önemi (s_j)
K_5	0,99	
K_4	0,94	0,05
K_1	0,86	0,08
K_3	0,84	0,02
K_2	0,79	0,05
K_9	0,68	0,11
K_7	0,65	0,03
K_6	0,56	0,09
K_{10}	0,5	0,06
K_{13}	0,33	0,17
K_8	0,28	0,05
K_{12}	0,25	0,03
K_{11}	0,18	0,07

Adım 4: Tüm kriterler için katsayı değeri (c_j), Eşitlik (2) kullanılarak hesaplanmıştır. Elde edilen değerler tablosu Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 6. Kriterlere ait Katsayı (c_j) Değerleri

Kriterler	Katsayı Değerleri (C_j)
K_5	1
K_4	1,05
K_1	1,08
K_3	1,02
K_2	1,05
K_9	1,11
K_7	1,03
K_6	1,09
K_{10}	1,06
K_{13}	1,17
K_8	1,05
K_{12}	1,03
K_{11}	1,07

Adım 5: Tüm kriterler için düzeltilmiş ağırlıklar (s'_j), Eşitlik (3) yardımıyla hesaplanarak elde edilen değerler tablosu Tablo 7'de görülmektedir. Burada, birinci sırada yer alan kriterin düzeltilmiş ağırlığı (s'_j) = 1'dir.

Tablo 7. Kriterlere ait Düzeltilmiş Ağırlık Değerleri (s_j)

Kriterler	DÜZELTİLMİŞ AĞIRLIK DEĞERLERİ
K_5	1
K_4	0,95
K_1	0,88
K_3	0,86
K_2	0,82
K_9	0,74
K_7	0,72
K_6	0,66
K_{10}	0,62
K_{13}	0,53
K_8	0,51
K_{12}	0,49
K_{11}	0,46
Toplam	9,26

Adım 6: Tüm kriterler için nihai ağırlıkları Eşitlik (4) kullanılarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu ağırlıklar değeri tablosu Tablo 8'de görülmektedir. Buna göre en önemli kriter K_5 , en az önemli K_{11} 'dir.

Tablo 8. Kriterlere ait Nihai Ağırlık (w_j) Değerleri

Kriterler	NİHAİ AĞIRLIKLAR
K_5	0,108
K_4	0,103
K_1	0,095
K_3	0,093
K_2	0,089
K_9	0,080
K_7	0,078
K_6	0,071
K_{10}	0,067
K_{13}	0,058
K_8	0,055
K_{12}	0,053
K_{11}	0,050

SWARA yöntemi ile kriter ağırlıkları hesaplandıktan sonra, belirlenen ağırlık değerlerinden dolayı oluşan sıralamanın sağlamlasının yapılması için COPELAND yöntemi kullanılmıştır. COPELAND yönteminin adımları aşağıdaki gibidir.

Adım 1: Copeland yönteminde ilk adım alternatifler arasında ikili karşılaştırmalar yapmaktır. her bir $f_k(i,j)$ değerine, A_i ve A_j alternatifleri karşılaştırmasında A_i alternatifi galip gelmiş ise (diğer ifadeyle sıralamada üstte ise) '1'; A_j alternatifi galip gelmiş ise '0' vermektir.

Tablo 9. Copeland İkili Karşılaştırma Matrisi (Excel Çözümü)

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13
	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4	KV1 KV2 KV3 KV4
K1		0 1 1 1	0 1 1 1	0 0 1 0	0 0 0 0	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K2	1 0 0 0		0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K3	1 0 0 0	1 1 1 1		0 0 0 0	0 0 0 0	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K4	1 1 0 1	1 1 1 1	0 1 1 1		0 1 0 0	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K5	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 0 1 1		1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K6	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0		1 0 0 0	1 1 1 1	0 0 0 0	1 1 0 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K7	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 1 1 1		1 1 1 1	0 1 0 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K8	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0		0 0 0 0	0 0 0 0	0 1 0 1	0 1 1 1	0 1 0 1
K9	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	1 1 1 1	1 0 1 0	1 1 1 1		1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1	1 1 1 1
K10	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 1 0	0 0 0 0	1 1 1 1	0 0 0 0		1 1 1 1	1 1 1 1	0 1 1 1
K11	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	1 0 1 0	0 0 0 0	0 0 0 0		0 0 1 0	0 0 0 0
K12	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	1 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	1 1 0 1		0 0 0 1
K13	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	0 0 0 0	1 0 1 0	0 0 0 0	1 0 0 0	1 1 1 1	1 1 1 0	

Yani Tablo 9'da görüldüğü üzere karar vericilerin 13 kriter için yaptıkları sıralama dikkate alınarak bir matris oluşturulmuştur. Bu matris oluşturulurken bir karar vericinin bir kriter için belirlediği sıralama diğer bir kriter için belirlediği sıralamadan yüksek ise ilgili değer 0, düşük ise 1 değerini alır. Örneğin yukarıdaki tabloda KV_1 için, K_1 'i 5., K_2 'yi ise 4.olarak belirlemiştir ve $5 > 4$ olduğu için K_2 sütunundaki KV_1 - K_1 , 0 değerini alır. Bu şekilde de diğer tüm hesaplamalar yapılmıştır.

Adım 2: $S(i,j)$, A_i alternatifinin A_j alternatifine göre her bir karar vericiden elde edilen toplam oy sayısı hesaplanmıştır. Kriterlerin kıyaslamasını içeren toplam değerler tablosu Tablo 10'da gösterilmektedir. Bu değerler eşitlik (6) yardımıyla hesaplanmıştır.

Tablo 10. Alternatifler Arası Oy Sayım Sonuçları

	K_1	K_2	K_3	K_4	K_5	K_6	K_7	K_8	K_9	K_{10}	K_{11}	K_{12}	K_{13}
K_1													
K_2													
K_3													
K_4													
K_5													
K_6													
K_7													
K_8													
K_9													
K_{10}													
K_{11}													
K_{12}													
K_{13}													

Yukarıdaki Tablo 10'da kriterlerin kıyaslamasını içeren toplam değerler hesaplanmıştır. Örneğin K_1 - K_2 için KV_1 için K_1 5., K_2 ise 4.sırada idi. $5 > 4$ olduğu için 0 olur. KV_2 için K_1 3. K_2 ise 5.sırada idi. $3 < 5$ olduğu için 1 olur. KV_3 için K_1 2., K_2 ise 5.sırada idi. $2 < 5$ olduğu için 1 olur. Ve son olarak KV_4 için K_1 3. K_2 ise 5.sırada idi. $3 < 5$ olduğu için 1 olur. Bu 4 değeri toplarsak $0+1+1+1=3$ olur. K_1 - K_2 değeri 3 olarak hesaplanır.

Adım 3: Alternatifler arasındaki galibiyet, yenilgi ve beraberlik durumunu gösteren matris eşitlik (7) yardımıyla hesaplanmış ve tablosu Tablo 11'de gösterilmiştir. Yani bu çalışmaya 4 kişi katıldığı için herhangi iki kriter arasındaki sıralama ile ilgili aslında 4 adet karar var demektir. Bunlar KV_1 için K_1 - K_2 sıralaması, KV_2 için K_1 - K_2 sıralaması, KV_3 için K_1 - K_2 sıralaması ve son olarak KV_4 için K_1 - K_2 sıralamasıdır. Yukarıda hesaplanan 3 değeri 4 değerlendirmenin 3'ünde K_1 - K_2 'den daha ön sırada önemli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla eğer iki kriter arasındaki kıyaslamaların çoğunda ilgili kriter ön sırada ise buna copeland yöntemine göre galibiyet denir. Burada tüm kriter kıyaslamalarında 4 değerlendirme olacağı için bir kriter diğer kriterle 3 ya da 4 kez daha öncelikli ise galibiyet 1 puan ile, 1 ya da 0 kez önde ise -1 ile, 2 kez üstün ise beraberlik 1/2 ile ifade edilir. Örneğin çizelge 16'daki matristen yola çıkarak K_1 - K_2 , 3 olduğu için buradaki durum 1 galibiyet puanı ile elde edilir. K_2 - K_1 , 1 olduğu için o da -1 K_8 - K_{11} ise 2 ile beraberlik 1/2 puan ile ifade edilir.

Tablo 11. Galibiyet – Yenilgi ve Beraberlik Matrisi

	K_1	K_2	K_3	K_4	K_5	K_6	K_7	K_8	K_9	K_{10}	K_{11}	K_{12}	K_{13}
K_1		1	1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1
K_2	-1		-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1
K_3	-1	1		-1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1
K_4	1	1	1		-1	1	1	1	1	1	1	1	1
K_5	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1
K_6	-1	-1	-1	-1	-1		-1	1	-1	1	1	1	1
K_7	-1	-1	-1	-1	-1	1		1	0,5	1	1	1	1
K_8	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1		-1	-1	0,5	1	0,5
K_9	-1	-1	-1	-1	-1	1	0,5	1		1	1	1	1
K_{10}	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1		1	1	1
K_{11}	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0,5	-1	-1		-1	-1
K_{12}	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1		-1
K_{13}	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0,5	-1	-1	1	1	

Adım 4: Galibiyet ,yenilgi ve Copeland puanları eşitlik (8,9,10) yardımıyla hesaplanmıştır. Alternatiflerin GP_i , YP_i ve CP_i değerler tablosu Tablo 12'de gösterilmektedir. Buradaki aşamada her kriter için beraberlik ve galibiyet puanları toplanmıştır. (1'ler ve 1/2'ler) Yenilgi puanları ise (-1'ler toplanır), ve galibiyet puanları ile yenilgi puanlarının toplamı copeland puanı olarak hesaplanır. Örneğin K_1 için galibiyet puanı 10, yenilgi puanı -2 hesaplanmış, toplamı da copeland puanı olarak $10-2= 8$ olarak hesaplanmıştır.

Tablo 12. Galibiyet – Yenilgi ve Copeland Puanları

KRİTERLER	GALİBİYET PUANI	YENİLGİ PUANI	COPELAND PUANI
K_1	10	-2	8
K_2	8	-4	4
K_3	9	-3	6
K_4	11	-1	10
K_5	12	0	12
K_6	5	-7	-2
K_7	6,5	-5	1,5
K_8	2	-9	-7
K_9	6,5	-5	1,5
K_{10}	4	-8	-4
K_{11}	0,5	-11	-10,5
K_{12}	1	-11	-10
K_{13}	2,5	-9	-6,5

Adım 5: Alternatifler, elde edilen Copeland puanlarına göre sıralanır. Kriterlerin sıralaması $K_5 > K_4 > K_1 > K_3 > K_2 > K_7 > K_9 > K_6 > K_{10} > K_{13} > K_8 > K_{12} > K_{11}$ elde edilmiş ve tablosu Tablo 13'te gösterilmiştir. (K_7, K_9 'dan küçük indisli olduğu için büyük olarak kabul edilmiştir.)

Tablo 13. Alternatiflerin Copeland Puanlarına Göre Sıralanması

Copeland Puanı	Sıralama
12	K_5
10	K_4
8	K_1
6	K_3
4	K_2
1,5	K_7
1,5	K_9
-2	K_6
-4	K_{10}
-6,5	K_{13}
-7	K_8
-10	K_{12}
-10,5	K_{11}

Sonuç

SWARA yönteminde karar vericilerin her biri belirlenen kriterleri çok farklı ya da birbirine yakın bir şekilde sıralama yapabilir. Bu durumun sağlamlasının yapılması için COPELAND yönteminin uygulanması gerekli olabilmektedir. Dolayısıyla SWARA yönteminde 5 adımda elde edilen sıralamaya yakın ya da aynı sıralama COPELAND yöntemi ile de elde edilmişse, o zaman kriterlerin önem düzeyi için oluşan değerlendirmeler geçerli olacaktır.

Bu çalışma Kocaeli'nde faaliyet gösteren bir otomotiv işletmesinin çalıştığı bir global tedarik zinciri şirketine uygulanmıştır. Bu global tedarik şirketi, otomotiv firmasının nihai ürünlerini yapması için gerekli malzeme, parça ve hizmetlerin sağlanması konusunda görev yapmaktadır. Burada GTZY'yi etkileyen kritik başarı faktörlerinin önem düzeyinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Detaylı bir literatür taraması ile 13 faktör belirlenmiştir. Çalışmada öncelikle karar vericiler, bu faktörleri en önemlisi ilk sırada olacak şekilde sıralamalarını yapmıştır. SWARA yönteminin adımlarıyla yapılan hesaplamalar sonucunda en önemli kriterin 0,108 değeri ile "uygulama hızı" (K_5) kriteri olduğu, en düşük öneme sahip olduğu kriterin ise 0,050 değeri ile "Yönetmelikler" (K_{11}) kriteri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

COPELAND yöntemi ile en önemli kriterin yine 12 copeland puanı ile "uygulama hızı" (K_5), en düşük öneme sahip kriter ise yine -10,5 puanı ile "Yönetmelikler" (K_{11}) kriteri olduğu sonucu ile karşılaşılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde

SWARA yöntemi ile COPELAND yöntemi arasında çok farklılık olmadığı, sadece küçük çapta ve sonucu önemli düzeyde değiştirmeyen matematiksel farklılıklar olduğu görülmüştür. Dolayısıyla her iki yöntemde de en önemli kriter "uygulama hızı", en düşük öneme sahip kriter ise "Yönetmelikler" olmuştur. Bu uygulamada ayrıca GTZY'nin her bir başarı faktörlerinin önem düzeylerinin etkisi karar vericiler açısından farklı derecelerde olduğu da görülmektedir. Ayrıca bu 13 kriterin final ağırlıklarının ortalaması 0,077 ve standart sapması ise 0.020 'dir. Görüldüğü üzere en önemli kriter olan K_5 'te ortalamanın üstündedir ve en az öneme sahip kriter K_{11} ise ortalamanın altındadır. Ortalama değerinin '0,077' üstünde kalan $K_5(0,108)$, $K_4(0,103)$, $K_1(0,095)$, $K_3(0,093)$, $K_2(0,089)$, $K_9(0,080)$, $K_7(0,078)$ bu kriterler birinci dereceden öneme sahip, altında kalan $K_6(0,071)$, $K_{10}(0,067)$, $K_{13}(0,058)$, $K_8(0,055)$, $K_{12}(0,053)$, $K_{11}(0,050)$ bu kriterleri ise ikinci dereceden öneme sahip kriterler olarak adlandırmak mümkündür. Final ağırlıklarının Standart sapması düşük bir değer "0.02" çıktığı için SWARA yönteminde oluşan sonucun, çalışmaya katılan karar vericilerin uzlaşık bir çözümü olduğu sonucuna varılabilir. Bu da SWARA yönteminde elde edilen sonuçların COPELAND yönteminde de benzer çıkacağına bir göstergesidir.

Literatür incelemesi yapıldığında SWARA ve COPELAND yöntemleri kullanılarak GTZY'yi etkileyen başarı faktörlerinin önem düzeylerinin belirlenmesiyle ilgili bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple çalışmanın hem literatüre hem de gelecek çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma ile elde edilen ağırlık değerleri, WASPAS vb. çok kriterli yöntemlere adapte edilerek ve uygulanarak, firmaların etkin bir global tedarik zinciri yönetim sistemi seçmede karar verme sürecini kolaylaştırabilir.

EK
Anket Formu

İş Bölümü :

Konumu :

Kriterlerin Önem Derecesine Göre Sıralanması	
Kriter	Önem Sırası (1-13)
K ₁ : Benzersiz ürün ve hizmet	
K ₂ : Çalışanların iş yapma arzusu	
K ₃ : Düşük maliyetler	
K ₄ : Üstün kalite	
K ₅ : Uygulama hızı	
K ₆ : Yerel gereklilikleri ve talepleri yerine getirme ihtiyacı	
K ₇ : Kapasitenin Artırılması	
K ₈ : Mevcut pazar taahhütlerini yerine getirme gerekliliği	
K ₉ : Rekabetçi Bir İnsan Kaynağına Sahip Olunması	
K ₁₀ :Etkin ve rekabetçi küresel tedarik zinciri stratejisi	
K ₁₁ : Yönetmelikler	
K ₁₂ :Etkin bir risk yönetimi ve bilgi yönetim sistemi	
K ₁₃ :Etkin bir talep planlama sistemi	
Kriterlerin Önem Derecesine Göre Puanlandırılması	
Kriter	Önem Sırası (0.00-1.00)
K ₁ : Benzersiz ürün ve hizmet	
K ₂ : Çalışanların iş yapma arzusu	
K ₃ : Düşük maliyetler	
K ₄ : Üstün kalite	
K ₅ : Uygulama hızı	
K ₆ : Yerel gereklilikleri ve talepleri yerine getirme ihtiyacı	
K ₇ : Kapasitenin Artırılması	
K ₈ : Mevcut pazar taahhütlerini yerine getirme gerekliliği	
K ₉ : Rekabetçi Bir İnsan Kaynağına Sahip Olunması	
K ₁₀ :Etkin ve rekabetçi küresel tedarik zinciri stratejisi	
K ₁₁ :Yönetmelikler	
K ₁₂ :Etkin bir risk yönetimi ve bilgi yönetim sistemi	
K ₁₃ :Etkin bir talep planlama sistemi	

Açıklama: Sıralama 1-13 aralığında olmalıdır. Puanlandırmada ise sizin için en önemli olan kriterin önem puanı 1.00 olmalıdır. Diğer kriterler önem derecesine göre 0.00-1.00 aralığında 5'in katları şeklinde olmalıdır.

Kaynakça

- Aghdaie, M. H., Zolfani, S. H., Zavadskas, E. K. (2013). Decision making in machine tool selection: An integrated approach with SWARA and COPRAS-G methods. *Engineering Economics*, 24(1), 5-17.
- Aghdaie, M. H., Zolfani, S. H., Zavadskas, E. K. (2014a). Synergies of data mining and multiple attribute decision making. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 767-776.
- Aghdaie, M. H., Zolfani, S. H., Zavadskas, E. K. (2014b). Sales branches performance evaluation: a multiple attribute decision making approach. In *Proceedings of 8th International Scientific Conference Business and Management* (pp. 1-7). Lithuania: Vilnius Gediminas Technical University.
- Akın, H.B. (1998). *Küresel Rekabet Ortamında Teknoloji Yönetimi ve Bisküvi, Çikolata ve Gofret Sanayiinde Teknoloji Yönetimine İlişkin Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Alimardani, M., Zolfani, S. H., Aghdaie, M. H., Tamošaitienė, J. (2013). A novel hybrid SWARA and VIKOR methodology for supplier selection in an agile environment. *Technological and Economic Development of Economy*, 19(3), 533-548.
- Applegate, L. M., Austin, R.,D., Mcfarlan F. W. (2003). *Corporate Information Systems Management*. New York, NY: McGraw-Hill Irwin.
- Ateş, Ö. (2007). *Perakendecilik Sektöründe Zinciri Mağazalarda Tedarik Zinciri Yönetiminin Önemi: Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bovet, D., Sheffi, Y. (1998). The Brave New World of Supply Chain Management. *Supply Chain Management Review*, 2, 14-22.
- Browne, C. (2013). *Pairwise Analysis*. <http://www.youtube.com/watch?v=dhv6o9ubHC0>
- Croxtan, K.L., Keely L., Sebastian J., Lambert, D. M., Rogers, D. S. (2001). The Supply Chain Management Processes. *The International Journal of Logistics Management*, 12(2), 13-32.
- Çakır, E. (2017a). Kriter Ağırlıklarının Swara – Copeland Yöntemi İle Belirlenmesi: Bir Üretim İşletmesinde Uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 42-56.
- Çakır, E., Karabıyık, B. K. (2017b). Bütünleşik Swara-Copras Yöntemi Kullanarak Bulut Depolama Hizmet Sağlayıcılarının Değerlendirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(4), 417-434.

- Dehnavi, A., Aghdam, I. N., Pradhan, B. Ve Morshed Varzandeh, M. H. (2015), A New Hybrid Model Using Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis (Swara) Technique and Adaptive Neuro-Fuzzy Inference System (Anfis) For Tegralandslide Hazard Assessment In Iran, *Catena*, 135, 122–148.
- Eymen, U. E.(2007). *Tedarik Zinciri Yönetimi*. İzmir: Kaliteofisi.
- Fishburn, P. (1977). Condorcet Social Choice Functions. *Siam Journal of Applied Mathematics*, 33 (3), 469-489.
- Ganeshan, R., Harrinson, T. P. (1995). An Introduction to Supply Chain Managemant. *Department of Management Sciences and Information Systems*. Penn State University. http://lcm.csa.iisc.ernet.in/scm/supply_chain_intro.html
- Güleş, H.K., Bülbül H. (2004). *Yenilikçilik, İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı*. Ankara: Nobel.
- Juodagalvienė, B., Turskis, Z., Šaparauskas, J., Endriukaiytė, A. (2017). Integrated Multi-Criteria Evaluation of House's Plan Shape Based on the Edas and Swara Methods. *Engineering Structures and Technologies*, 9(3), 117-125.
- Karabašević, D., Stanujkić, D., Urošević, S., Maksimovic, M. (2015). Selection of Candidates in The Mining Industry Based on the Application of the Swara and the Multimoora Methods. *Acta Montanistica Slovaca*, 20(2), 116–124.
- Keršulienė, V., Zavadskas, E. K., Turskis, Z. (2010). Selection of Rational Dispute Resolution Method by Applying New Step Wise Weight Assessment Ratio Analysis (Swara). *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 243-258.
- Keršulienė, V., Turskis, Z. (2011). Integrated Fuzzy Multiple Criteria Decision-Making Model For Architect Selection. *Technological and Economic Development of Economy*, 17(4), 645-666.
- Klamler, C. (2003). A Comparison of the Dodgson Method and the Copeland Rule. *Economics Bulletin*, 4(8), 1-7.
- Kueia C., Madua C.N., Linb C. (2011). Developing Global Supply Chain Quality Management Systems. *International Journal of Production Research*, 49 (15), 4457-4481.
- Lambert, D.M., Cooper, M.C., (2000). Issues in Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management*, 29(1), 65-83.
- Lambert, D.M., Croxton, K.L., Garcia-Dastugue and S.J., Rogers, D.S., (2002). The demand management process. *International Journal of Logistics Management*, 13, 51-66.
- Manuj I., Mentzer J.T. (2008). Global Supply Chain Risk Management Strategies. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(3), 192-223.

- Meixell, M.J., Gargeya, V.B. (2005). Global Supply Chain Design: A Literature Review And Critique. *Transportation Research. Logistics and Transportation Review*, 41(6), 531-550.
- Mentzer, J.T., Myers, M.B., Stank, T.P. (2006). *Handbook Of Global Supply Chain Management*. <https://books.google.com.tr/books?id=0p51cgaaqbaj&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false>
- Min, H., Zhou, G. (2002). Supply Chain Modeling: Past, Present and Future. *Computers and Industrial Engineering*, 43(1-2), 231-249.
- Onat, O. (2002). Tedarik Zinciri Yönetimi Ve B2b Uygulamaları. *İgeme'den Bakış*, 20, 38.
- Özdemir, A.İ. (2004). Tedarik Zinciri Yönetiminin Gelişimi, Süreçleri ve Yararları. *Erciyes Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 87-96.
- Ross D.F. (1998). *Competing Through Supply Chain Management: Creating Market – Winning Strategies Through Supply Chain Partnerships*. New York: Kluwer Academic.
- Sanver, M. R. (2000). Çoğunluk Yöntemi Ve Condorcet Galipleri, *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, 55(3), 133-144.
- Shukla, S., Mishra, P. K., Jain, R. Ve Yadav, H. C. (2016). An Integrated Decision Making Approach For Erp System Selection Using Swara and Promethee Method. *Int. J. of Intelligent Enterprise*, 3(2), 120–147.
- Stanujkić, D, Djordjević, B., Karabašević, D. (2015a). Selection of Candidates in the Process of Recruitment and Selection of Personnel. *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, 7, 53–64.
- Stanujkić, D., Karabašević, D., Zavadskas, E. K. (2015b). A Framework For the Selection of a Packaging Design Based on the Swara Method. *Engineering Economics*, 26(2), 181–187.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı (2014). Kobi İşbirliği ve Kümelenme Projesi Ağ Oluşturma ve Bölgesel İşbirliği İçin Kobi'lerin Güçlendirilmesine Yönelik Teknik Yardım. http://www.smenetworking.gov.tr/userfiles/pdf/belgeler/ekonomibakanligi/7_tedarik.pdf
- Teigen R. (1997). *Supply Chain Management*. <http://eil.utoronto.ca./profiles/rune/node5.html>
- Tekin, M., Zerenler, M., Bilge, A. (2005). Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 8(2), 115-129.
- Tokdemir, Y. (2016). *Başarılı Tedarik Zinciri Yönetimi ve Maliyetlerin Azaltılması*. <http://www.yasamingida.com/basarili-tedarik-zinciri-yonetimi-ve-maliyetleri-azaltilmasi-2/>

- Türköz, Ö. (2007). *Tedarik Zinciri Yönetimi'nde Dağıtım Gereksinim Planlaması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Vafaeipour, M., Zolfani, S. H., Varzandeh, M. H. M., Derakhti, A., Keshavarz, M. E. (2014). Assessment of Regions Priority For Implementation of Solar Projects in Iran: New Application of a Hybrid Multi-Criteria Decision-Making Approach. *Energy Conversion and Management*, 86, 653–663.
- Yazdanı, M., Zavadskas, E. K., Ignatius, J. ve Abad, M. D. (2016). Sensitivity Analysis in Madm Methods: Application of Material Selection, *Engineering Economics*, 27(4), 382–391.
- Yön, I. (2007). *Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarının Rekabet Gücü Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Zolfanı, S. H., Esfahani, M. H., Bitarafan, M., Zavadskas, E. K., Arefi, S. L. (2013a) Developing A New Hybrid Mcdm Method For Selection of the Optimal Alternative of Mechanical Longitudinal Ventilation of Tunnel Pollutants During Automobile Accidents. *Transport*, 28 (1), 89-96.
- Zolfanı, S. H., Zavadskas, E. K. ve Turskis, Z. (2013b). Design of Products with Both International and Local Perspectives Based on Yin-Yang Balance Theory and Swara Method. *Economic Research (Ekonomiska Istraživanja)*, 26 (2), 153-166.
- Zolfanı, S. H., Saparauskas, J. (2013c). New Application of Swara Method in Prioritizing Sustainability Assessment Indicators of Energy System. *Engineering Economics*, 24(5), 408-414.
- Zolfanı, S. H., Banihashemi, S. S. A. (2014a). Personnel Selection Based on A Novel Model of Game Theory and Mcdm Approaches. In *Proceedings of 8th International Scientific Conference Business And Management* (Pp. 191-198). Lithuania: Vilnius Gediminas Technical University.
- Zolfanı, S.H., Bahrami, M. (2014b). Investment Prioritizing in High Tech Industries Based On Swara Copras Approach. *Technological and Economic Development of Economy*, 20(3), 534-553.



Bağımsız Denetim Kapsamında İşletme Sürekliliği: Borsa İstanbul'da İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma

Business Continuity in the Scope of Independent Audit: A Research on Manufacturing Companies Operating in Borsa Istanbul

Doç. Dr. Serpil Senal¹ - Ahmet Erkan²

Başvuru Tarihi: 14.02.2019

Kabul Tarihi: 23.12.2019

Öz

Son yıllarda yaşanan işletme iflası ile birlikte hem ülke ekonomisinin, hem de yatırımcıların ciddi zarar görmesi, işletmelerin sürekliliği ile ilgili düzenlemeleri de beraberinde gelmiştir. Söz konusu konuya hem Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları'nda, hem de Bağımsız Denetim Standartları'nda yer verilmiştir. Buna göre, işletme yönetimi finansal raporları süreklilik varsayımı altında hazırlamak ile sorumlu iken, bağımsız denetçi de finansal tabloların süreklilik esasında hazırlanıp hazırlanmadığı yönünde bir görüş oluşturmakla sorumlu tutulmuştur. Çünkü işletmelerin beklenmedik iflasları yatırımcının bağımsız denetim raporlarına olan güvenini de zedelemektedir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle Borsa İstanbul'da imalat sanayisinde işlem gören işletmelerin 2009-2017 yıllarında yayınladıkları finansal tabloların süreklilik ile ilgili bir belirsizlik taşıyıp taşımadıkları tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu değerlendirme için Altman Z Skoru modelinden faydalanılmıştır. Daha sonra çalışmada tahmin sonuçları ile bu finansal tablolar için verilen denetçi görüşleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda eğer model süreklilik ile ilgili bir belirsizlik tahmininde bulunuyorsa denetçinin de raporunda bu duruma yer verdiği ve genellikle şartlı görüş ya da olumlu görüş bildirerek açıklama paragrafı eklediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bağımsız Denetim, Denetçi Görüşü, Süreklilik

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Bankacılık ve Finans Bölümü, serpilsenal@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8681-7526

² Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, aerkan15@hotmail.com, ORCID: 0000-0002 7440 7933

Abstract

Along with the bankruptcy of the enterprises in recent years, both the national economy and the serious damage of the investors have been related to the continuity of the enterprises. Such issues both in Turkey Accounting and Financial Reporting Standards, are included in both Auditing Standards. Accordingly, the entity management is responsible for preparing the financial reports under the assumption of continuity and the independent auditor is responsible for establishing an opinion as to whether the financial statements are prepared on a continuous basis. Because unexpected bankruptcies of enterprises have undermined investor's confidence in independent audit reports. Accordingly, the financial statements published by Borsa İstanbul in 2009-2017, which are The Manufacturing Industry in Borsa İstanbul, are evaluated in terms of continuity assumption. The Altman Z Score model was used for this evaluation. Then, the relationship between the mentioned results and the auditor opinions given for these financial reports was examined. As a result of the study, if the model predicted an uncertainty about the continuity, it was found that the auditor included this situation in his report and generally provided conditional opinion or affixed the explanation paragraph with positive opinion.

Keywords: *Independent Audit, Auditor's Opinion, Continuity*

Giriş

Son yıllarda ekonominin durgun olduğu dönemlerde işletmelerin beklenmedik iflasları ile birlikte yatırımcılar, bağımsız denetçiler tarafından hazırlanan denetim raporlarının güvenilir olup olmadıklarını eleştirmeye başlamışlardır. Piyasalar, WorldCom ve Enron gibi vakalarla birlikte ciddi hasar almış ve artık bu türden olaylarla karşılaşmamak için yeni tedbirler alınması gündeme gelmiştir. Çünkü işletmeler çoğu zaman yaptıkları hileleri gizlemek amacıyla finansal pozisyonları ve faaliyetleri ile ilgili yanlış beyanlarda bulunabilmektedir. Bu nedenle denetçi görüşü yatırımcılar için büyük önem arz etmektedir (Stanisic vd., 2013, s.423).

Yaşanan finansal krizlerin temeline bakıldığında, krizlerin büyük bir kısmının işletmelerin finansal raporlarında, bağımsız denetçilerin ise, denetim raporlarında işletmenin sürekliliği ile ilgili belirsizliğe yeterince ve doğru şekilde yer vermemesinden kaynaklandığı görülmektedir (Attila vd., 2012:451). Çünkü işletmelerin finansal raporları ve denetçilerin hazırladıkları denetim raporları birçok hususta olduğu gibi, işletmelerin sürekliliği ile ilgili karar verme sürecinde de finansal tablo kullanıcıları için önemli bir yardımcıdır.

Süreklilik kavramına yatırımcı açısından bakıldığında, işletmenin uzun vadede faaliyetlerini devam ettirebilecek yeteneğe sahip olduğunun göstergesidir (Triani, 2017, s.31). Süreklilik kavramı aslında finansal tabloların hazırlanmasında temel varsayımdır. Kavramsal Çerçeve’de, finansal tabloların normal olarak işletmenin devamlılığı ve öngörülebilir bir gelecekte de faaliyetlerini sürdüreceği varsayımına dayanılarak hazırlanması gerektiği belirtilmiştir. Böylece, işletmenin tasfiye niyetinin ve ihtiyacının olmadığı, faaliyet hacminin önemli bir düzeyde

azalmayacağı varsayılır. İşletmede böyle bir durum söz konusu ise finansal raporlar farklı bir şekilde hazırlanır ve bu gerekçe mutlaka açıklanmalıdır (Kavramsal Çerçeve, Bölüm 4, m.4.1). Finansal Raporlama Konseyi (FRC) bu hususta işletme yönetiminin sorumluluğunu ve değerlendirmesi gereken konuları belirtmiştir. Buna göre (Uzay,2017, s.164):

- Yönetim işletmenin sürekliliğini devam ettirebilme yeteneğini değerlendirmeli,
- Yönetim, işletmenin sürekliliğini devam ettirebilme yeteneği hakkında önemli şüphelere neden olan olay ya da koşulları açıkça belirtmelidir.

Türkiye Muhasebe Standardı (TMS) 1 Finansal Tabloların Sunuluşu Standardı'na göre; yönetim, finansal tabloları düzenlerken işletmenin faaliyetlerini süreklilik içerisinde devam etme yetisini değerlendirir. Yönetimin şirketi tasfiye etme veya ticari faaliyetini sona erdirmeye niyeti veya mecburiyeti yoksa finansal tablolar süreklilik kavramına göre düzenlenir. Yönetim, değerlendirmelerini yaparken işletme faaliyetlerinin sürekliliğine kuşku düşürecek önemli belirsizlikler taşıyan olaylar veya koşulların farkındaysa, bu belirsizlikleri açıklar. İşletme, finansal tablolarını süreklilik esasına göre hazırlamaması halinde, bu hususu, finansal tablolarını düzenlemesi sırasında dayandırdığı temel ve işletmenin süreklilik arz etmeyecek şekilde değerlendirilmesinin nedeni ile birlikte açıklar (TMS 1, p.25).

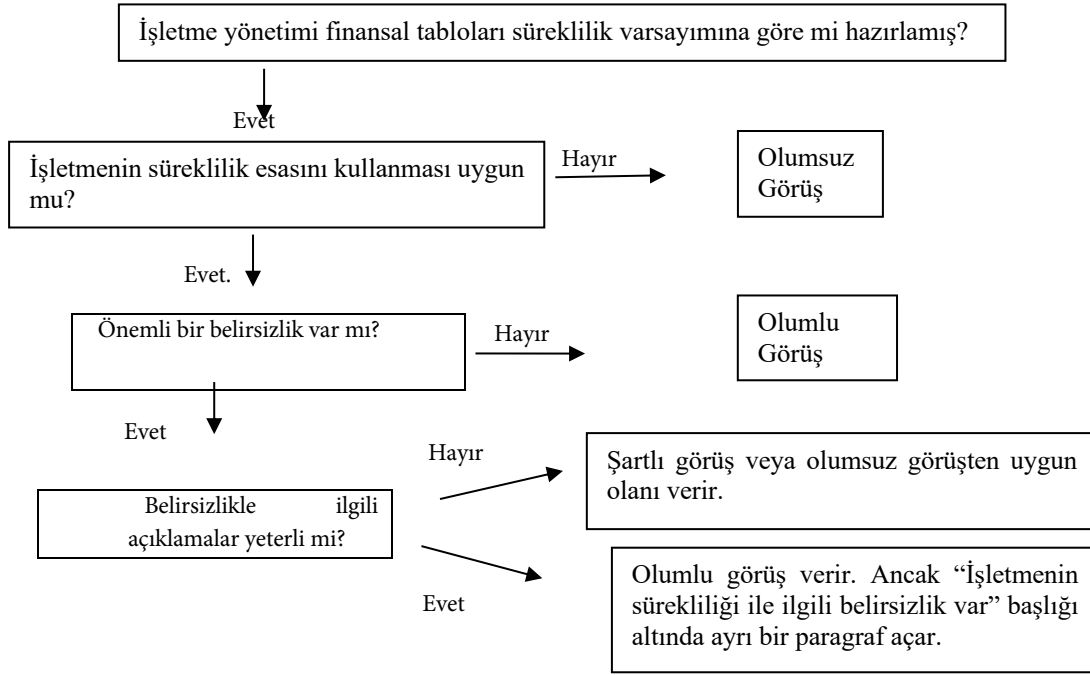
İşletmenin sürekliliği varsayımının geçerli olup olmadığının değerlendirilmesinde, yönetim (bununla sınırlı olmamak kaydıyla) raporlama döneminin sonundan itibaren en az on iki aylık dönemi kapsayacak şekilde gelecek hakkında elde edilebilen bütün bilgileri dikkate alır. İşletmenin geçmişte kârlı faaliyetler yürütmesi ve finansal kaynaklara kolay ulaşması durumunda işletme ayrıntılı analizler yapmadan süreklilik esasının geçerli olduğu sonucuna ulaşabilir. Diğer durumlarda yönetimin, işletmenin sürekliliği esasının geçerli olduğuna karar vermeden önce, mevcut ve beklenen karlılık, borç ödeme planları ve yenilenecek finansmanlara ilişkin potansiyel kaynaklarla ilgili pek çok faktörü dikkate alması gerekebilir (TMS 1, p. 26).

Bağımsız denetim kapsamında bakıldığında ise süreklilik, denetçinin gelecekte işletmenin faaliyetlerini sürdürebilecek yeteneğe sahip olduğuna dair inancı olup olmadığının bir göstergesidir (Triani, 2017, s.31). Bağımsız denetçi mali tabloların doğruluğu göstermesi konusunda bir garantör olmamakla birlikte, denetim raporunda gerekli açıklamayı yaparak, mali tablo kullanıcılarını bu hususta aydınlatmakla sorumludur (Selimoğlu vd, 2008: 65). İşletmenin sürekliliğinin kritik bir öneme sahip olması nedeniyle bağımsız denetçiye de büyük ölçüde bu konuda sorumluluklar verilmiştir. Özellikle Bağımsız Denetim Standardı 570 İşletmenin Sürekliliği Standardı'na göre denetçinin bu kapsamdaki sorumlulukları aşağıda yer almaktadır (BDS 570, p. 6):

- Finansal tabloların hazırlanmasında yönetimin işletmenin sürekliliği esasını kullanmasının uygunluğu hakkında yeterli ve uygun denetim kanıtı elde etmek ve yönetimin bu esas kullanmasının uygunluğuna ilişkin bir sonuca varmak,

- Elde edilen denetim kanıtlarına dayanarak işletmenin sürekliliğini devam ettirme kabiliyetine ilişkin önemli bir belirsizliğin mevcut olup olmadığı konusunda bir sonuca varmak.

Standarda göre, işletmenin sürekliliği ile ilgili durumu, denetçinin görüşünü de etkilemektedir. Şekil 1’de süreklilik varsayımı ile denetçi görüşü arasındaki ilişkiye yer verilmiştir.



Kaynak: (Provası vd., 2015,s.29)

Şekil 1. Süreklilik Varsayımı İle İlgili Denetçi Görüşü

Şekil 1’de görüldüğü üzere, finansal tabloların işletmenin sürekliliği esasına göre hazırlanmış olması, ancak yönetimin “işletmenin sürekliliği varsayımını” kullanmasının denetçinin yargısına göre uygun olmaması ve söz konusu durum ile ilgili yeterli açıklamanın bulunmaması durumunda denetçi şartlı görüş veya olumsuz görüşten uygun olanını vermektedir (BDS 570, p. 21). Bununla birlikte bir bütün olarak finansal tablolara ilişkin birden çok önemli belirsizliğin mevcut olduğu durumlarda görüş vermektan kaçınmayı da uygun görebilir ((BDS 570, p.A32-34). Finansal tablolardaki önemli belirsizliğe ilişkin yeterli açıklamanın yapılması durumunda denetçi, olumlu görüş verir ancak “İşletmenin sürekliliğiyle ilgili önemli belirsizlik var” başlığı altında ayrı bir bölüm açmalıdır (BDS 570, p.22).

Denetçi tarafından talep edilmesine rağmen yönetimin değerlendirme yapma veya değerlendirmeyi genişletme konusunda istekli olmaması durumunda denetçi, bu durumun denetçi raporu için etkilerini mütalaa eder (BDS 570, p. 24).

Bağımsız Denetim Standardı (BDS) 570, işletmelerin süreklilik göstergelerini; işletme faaliyetleri ile ilgili göstergeler, finansal göstergeler ve diğer konularla ilgili olmak üzere üç kategoriye ayırmıştır. Standart bu göstergelerin tek başına var olmasının her zaman işletmenin sürekliliği ile ilgili önemli bir belirsizliğin var olduğu anlamına gelmeyeceğini de belirtmiştir. Finansal durumla ilgili olay ve şartlar standartta şu şekilde sıralanmaktadır (BDS 570,p.A3-A4):

- Net yükümlülük veya kısa vadeli net yükümlülük pozisyonu,
- Sabit vadeli borçların vadelerinde geri ödeneceğine veya yenileneceğine dair gerçekçi olmayan beklentiler veya uzun vadeli varlıkları finanse etmek için kısa vadeli borçlara gereğinden fazla bağlı olması,
- Kredi verenler tarafından sağlanan finansal desteğin geri çekileceğine dair belirtiler,
- Tarihi veya ileriye dönük finansal tablolarda gösterilen, işletme faaliyetleriyle ilgili negatif nakit akışları,
- Temel finansal oranlardaki olumsuzluklar,
- Önemli tutarlardaki faaliyet zararı veya nakit akışı yaratan varlıkların değerindeki önemli azalışlar,
- Temettü ödemelerindeki gecikme veya kesilmeler,
- Alacaklılara vade tarihinde ödeme yapılamaması,
- Kredi sözleşmelerinin şartlarına uyulamaması,
- Yeni ürün geliştirilmesi veya diğer önemli yatırımlar için finansman temin edilememesi,
- İşletme faaliyetleriyle ilgili şartlar (BDS 570,p.A3-A4):
- Yönetimin işletmeyi tasfiye etme veya faaliyetleri durdurma niyeti,
- Kilit yönetim kadrosunun boşalarak yerlerinin doldurulmaması,
- Önemli bir pazarın, kilit müşteri veya müşterilerin, imtiyaz, lisans veya ana tedarikçi veya tedarikçilerin kaybedilmesi,
- İşgücüyle ilgili yaşanan sıkıntılar,
- Önemli hammadde darboğazı,
- Oldukça başarılı bir rakibin ortaya çıkması,
- Diğer konularla ilgili şartlar (BDS 570,p.A3-A4): :
- Finansal kuruluşların borç ödeme gücü veya likidite yükümlülükleri gibi sermaye yeterlilik yükümlülüklerine veya diğer yasal yükümlülüklere aykırılık,
- İşletme aleyhine açılmış, sonuçlanmamış ve işletmenin aleyhine sonuçlanması durumunda işletmenin karşılamayacağı taleplere sebep olabilecek davalar,
- İşletmeyi olumsuz yönde etkilemesi beklenen mevzuat değişiklikleri veya hükümet politikalarındaki değişiklikler,
- Oluştığında sigorta kapsamında bulunmayan veya eksik sigortalanmış felaketler,

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmanın daha önceki bölümlerinde de bahsedildiği üzere, işletmenin sürekliliği ile ilgili belirsizliğe hem finansal raporlarda hem de denetim raporlarında düzenlemelerin gerekli gördüğü şekilde yer verilmemesi yatırımcı kararlarını ve dolayısı ile ülke ekonomisini olumsuz

etkilemektedir. Bu nedenle çalışmada öncelikle finansal tablo verileri kullanılarak işletmelerin sürekliliği ile ilgili belirsizliğe sahip olup olmadıkları model yardımı ile tahmin edilmiştir. Bunun için uygulamada sıklıkla iflas tahminlerinde kullanılan Altman Z Skoru modelinden faydalanılmıştır. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde tahmin sonuçları ile bu finansal raporlar için hazırlanan denetim raporları arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Böylece modelin süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmini yaptığı finansal raporlar için hazırlanan denetim raporlarında da bu belirsizliğe yer verilip verilmediğinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Yer verilmesi durumunda hangi denetim görüşünü tercih ettiklerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmada Borsa İstanbul'da işlem gören ve imalat sektöründe yer alan işletmelerin, Türkiye Finansal Raporlama Standartları ve Muhasebe Standartları'nın finansal tablolar üzerindeki etkisi de dikkate alınarak, karşılaştırılabilirliği artırmak amacıyla 2009-2017 yıllarına ait finansal tabloları çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Buna göre, Borsa İstanbul'da imalat sektöründe işlem gören işletme sayısı 179'dur. Ancak denetçi görüş çeşitliliğinin en fazla olduğu iki alt sektör olan "Gıda, içki, tütün" ve dokuma, giyim eşyası ve deri" sektörlerinde yer alan 52 işletmeden 39 işletmenin 2009-2017 yıllarına ait finansal tabloları çalışmada kullanılmıştır. Verilerinin süreklilik göstermemesi nedeniyle 13 işletme, çalışma kapsamı dışında tutulmuştur. Çalışma kapsamına alınan 39 işletmenin 18 tanesi dokuma, 21 tanesi içki tütün sektöründendir. Bu doğrultuda çalışmada 2009-2017 yıllarına ait toplamda 351 finansal tablo ve bu tablolar için hazırlanan 351 denetim raporu incelenmiştir.

Literatür Araştırması

Yapılan çalışmalarda işletmelerin sürekliliği ile ilgili belirsizliğin tahmini için birçok modelden faydalandığı görülmektedir. Çalışmaların birçoğunda modeller işletmelerin iflas riskini değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Bununla birlikte bazı çalışmalarda ise, modeller yardımı ile işletmenin sürekliliği değerlendirilmiş ve bağımsız denetçinin görüş oluşturmaya kolaylık sağlanması amaçlanmıştır.

Yıldız (2017) çalışmasında; bağımsız denetçi tarafından işletmenin sürekliliği konusunda belirsizlik bulunduğu ifade edilen işletmelerin mali tablolarını incelemiştir. Buna göre 2006-2014 yılları arasında işletmelerin her yıl için bilanço, gelir tablosu ve nakit akım tablolarında yer alan ana kalemler ayıklanmış ve bu verilerin yıllar itibari ile gösterdiği eğilimler ortaya konulmuştur.

Terzi vd. (2016) çalışmalarında; denetim açısından işletmenin sürekliliğinin ölçülmesinde güvenilir bir model oluşturmayı amaçlamışlardır. Model için finansal tablo oranlarından faydalanılmış ve genetik algoritma kullanılmıştır.

Yılmaz ve Yaşar (2018) çalışmalarında; işletmenin sürekliliğinin değerlendirilmesinde kullanılacak göstergelerin neler olabileceğini araştırmışlardır. Çalışmada içerik analizi yapılmıştır.

Tanç (2010) doktora tez çalışmasında; denetçilerin işletmenin sürekliliğine ilişkin görüş oluşturulmasında istatistiksel örnek model ve değerlendirme kriterlerinin oluşturulmasını amaçlamıştır. Çalışmada 16 değişkenle birlikte yapay sinir ağı ve sıralı lojistik regresyon analizi kullanılmıştır.

Turaboğlu v.d., (2017) çalışmasında işletmelerin finansal başarısızlıkları ile sermaye yapıları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada işletme başarısızlığının değerlendirilmesi amacıyla Altman Z Skoru ve Springate S Skoru kullanılmıştır.

Kulalı (2016) çalışmasında; Altman Z Skoru testi ile işletmelerin iflas riskini tahmin etmeye çalışmıştır. Çalışmada iflas eden işletmelerin finansal oranları kullanılmış ve modelin iflas riski olan işletmelerle ilgili gerçeğe yakın tahminlerde bulunduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda da görüldüğü üzere, çalışmalarda genellikle görüş oluşturmasında denetçiye yardımcı olması amacıyla işletmenin sürekliliği ile ilgili belirsizliği tahmin edecek olan en iyi modelin tespiti araştırılmıştır. Bu çalışmada ise literatürde doğru tahminler yaptığı kabul edilmiş bir model yardımıyla işletmelerin sürekliliği ile ilgili belirsizlik tahmin edilerek, denetçilerin bu duruma raporlarında yer verip vermedikleri, yer vermeleri durumunda hangi denetim görüşünü tercih ettikleri incelenmiştir.

Araştırmanın Metodolojisi ve Araştırmanın Hipotezleri

Finansal oranlar işletmelerin finansal performanslarını değerlendirmek için önemli bir araçtır. Bununla birlikte finansal oranlar işletmelerin sürekliliği ile ilgili belirsizliğin tahmininde de kullanılmaktadır. 1968 yılında Edward Altman işletmelerin finansal performanslarını ve sürekliliği ile ilgili belirsizliği tahmin edecek bir formül geliştirmiştir. Söz konusu formülde 5 finansal oran kullanmıştır. Oluşturulan formüller 33 iflas etmiş, 33 tane de iflas riski taşımayan firma üzerinde uygulanmış ve tahmin oranının yüksek olduğu görülmüştür. Söz konusu oranlar aşağıdaki gibidir (Altman, 1968:592):

- (X1) Net Çalışma Sermayesi / Toplam Varlıklar
- (X2) Dağıtılmamış Karlar / Toplam Varlıklar
- (X3) Faiz ve Vergi Öncesi Kar / Toplam Varlıklar
- (X4) Piyasa Değeri / Toplam Borçlar
- (X5) Net Satışlar / Toplam Varlıklar

Farklı ağırlıklara sahip bu beş finansal oran yardımıyla oluşturulan formülasyon ise aşağıda belirtilmiştir:

$$Zscore=0.012*X1+0.014*X2 +0,033*X3+0,006*X4+0,999* X5$$

Yukarıdaki eşitlik kurularak hesaplanan Z-Skorunun, 1.8 veya daha küçük bir değere sahip olması işletmenin sürekliliği ile ilgili belirsizliğin olduğu yönünde bir tahmini ifade ederken, skorun 1,8'in üstünde olması işletmelerin süreklilikleri ile ilgili belirsizlik tahmini olmadığını yönünde yorumlanmaktadır.

Çalışmada öncelikle işletmelerin süreklilikleri Altman Z skoru modeli yardımıyla tahmin edildikten sonra söz konusu modellerin tahmin sonuçları ile o dönemde hazırlanan denetim raporlarında belirtilen denetçi görüşleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi için SPSS 15.0 yardımı ile verilere Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Ki kare bağımsızlık testi, iki ya da daha fazla değişken grubu arasında ilişki bulunup bulunmadığını incelemek için kullanılan parametrik olmayan bir testtir (Kalaycı, 2005: 94). Bu testte ilişki kurulan değişkenlerin her ikisi de nominal (Sınıflama) ya da ordinal (Sıralama) ölçeklidir. Parametrik testlerin kullanılabilmesi için veri setinin 30'dan büyük olması ve verilerin hem homojen olması hem de normal dağılım göstermesi gerekmektedir. Çalışma kapsamında kullanılan verilerin normal dağılım ve homojenlik göstermemesi nedeniyle parametrik olmayan testlerden Ki kare testi tercih edilmiştir (Eymen, 2007, s.148).

Araştırma ile ilgili kurulan hipotezler alternatif hipotezler olup sonucu kabul veya red olan hipotezlerdir. Çalışma kapsamında araştırılan hipotezler:

H0: Denetçi görüşü ile Altman Z skoru süreklilik tahmin sonuçları arasında ilişki yoktur.

H1: Denetçi görüşü ile Altman Z skoru süreklilik tahmin sonuçları arasında ilişki vardır.

Araştırmanın Bulguları

Çalışmada öncelikle Altman Z Skoru modeli yardımı ile işletmelerin 2009-2017 yılları arasında süreklilikleri ilgili bir belirsizlik olup olmadığı tahmin edilmeye çalışılmıştır. Buna göre 2009-2017 yılları arasında yayınlanan 155 finansal raporda süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmin edilirken, 196 finansal raporda belirsizlik olduğu yönünde bir sonuca ulaşılmamıştır. Araştırmanın bundan sonraki aşamasında söz konusu finansal raporlar için hazırlanmış olan denetim raporları incelenmiş ve bu finansal raporlar için hangi denetim görüşünün verildiği tespit edilmiştir. Ki kare bağımsızlık testi yardımı ile modelin tahmin sonuçları ile denetçi görüşleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Ki kare Bağımsızlık Test Sonuçları

	Değer	Serbestlik derecesi	Anlamlılık değeri (p)
Pearson Ki Kare	55,582	3	,000
a 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.42			

Tablo 1’de görüldüğü üzere, Anlamlılık değeri 0,05 değerinden büyük olduğu için Ho hipotezi reddedilerek H1 hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre işletmelerin süreklilikleri ile ilgili tahmin sonuçları ile denetçi görüşleri ile arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bundan sonraki bölümde söz konusu ilişki incelenmiştir.

Tablo 2. Ki Kare Karşılaştırma Tablosu

Model Tahmini Denetçi Görüşü		Süreklilik İle ilgili belirsizlik var	Süreklilik İle ilgili belirsizlik yok	Toplam
Şartlı Görüş	Frekans	30	24	54
	Yüzde	%56	%44	%100
Olumlu Görüş	Frekans	87	171	258
	Yüzde	%34	%66	%100
Olumlu Görüş (Açıklama Paragrafı)	Frekans	30	0	30
	Yüzde	%100	%0	%100
Görüş Bildirmekten Kaçınma/Olumsuz	Frekans	8	1	9
	Yüzde	%89	/11	%100
Toplam	Frekans	155	196	351
	Yüzde	%45	%55	%100

Tablo 2’ye göre sürekliliği ile ilgili belirsizlik olduğu yönünde tahminde bulunulan 155 finansal rapordan 30 tanesi için şartlı denetim görüşü, 8 tanesi için ise görüş bildirmekten kaçınma veya olumsuz görüş, 117 tanesi için olumlu denetim görüşü verilmiştir. Ancak olumlu görüşün verildiği 117 denetim raporunun 30 tanesinde süreklilik ile ilgili belirsizliği ifade etmek amacıyla açıklama paragrafı kullanılmıştır.

Çalışmanın daha önceki bölümlerinde de bahsedildiği üzere BDS 570’e göre; işletme yönetiminin finansal tabloları işletmenin sürekliliği varsayımına göre hazırladığını belirtmesi ancak denetçinin yargısının tam tersi yönünde olması durumunda denetçi şartlı görüş veya olumsuz görüş vermektedir. Bununla birlikte işletme yönetimi tarafından süreklilik ile ilgili belirsizlik konusunda yeterli açıklama yapılması durumunda ise denetçi olumlu görüş bildirerek söz konusu durumu açıklama paragrafı yardımıyla raporlayabilir (BDS 570, p. 21). Bunun dışında denetçi görüşünün türünü etkileyen tek husus işletmenin sürekliliği ile ilgili belirsizliğin var olması değildir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde denetim raporları ayrıntılı olarak incelenmiştir. Böylece hangi denetim raporlarında süreklilik ile ilgili belirsizliğe yer verildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Tablo 3. Şartlı Görüş Bildirilen Denetim Raporları

Modelin Tahmini	Süreklilik ile ilgili belirsizlik var		Süreklilik ile ilgili belirsizlik yok	
Denetçi Görüşü	30		24	
Şartlı Görüş	Süreklilik ile ilgili belirsizliğe denetim raporunda yer verilmiş	Süreklilik ile ilgili belirsizliğe denetim raporunda yer verilmemiş	Süreklilik ile ilgili belirsizliğe denetim raporunda yer verilmiş	Süreklilik ile ilgili belirsizliğe denetim raporunda yer verilmemiş
	20	10	2	22

Tablo 3'e göre, çalışma kapsamına alınan denetim raporlarının 54 tanesinde şartlı görüş bildirilmiştir. Bu raporlardan 22 tanesinde görüşün verilme gerekçesi sürekliliği ile ilgili belirsizliktir. Model ise, şartlı görüş alan 30 finansal raporda sürekliliği ile ilgili belirsizlik tahmini yapmıştır. Dolayısıyla 20 tane finansal rapor için modelin tahmini ile denetçi kanaati paralellik göstermektedir. Ancak 10 finansal raporda denetçi kanaati ile model tahmini eşleşmemektedir. Söz konusu 10 denetim raporu ve bu raporun hazırlandığı işletmeler incelenmiştir. Buna göre, denetim raporlarının aynı iki işletme için hazırlandığı, denetim raporunu hazırlayan denetim firmasının da aynı olduğu görülmüştür.

Rotasyon, belirli bir denetim müşterisine, belirli bir süre denetim hizmeti verildikten sonra, oluşabilecek yakınlık tehdidini önlemek amacıyla belirli bir süre o müşterinin denetiminin üstlenilmemesi olarak ifade edilmektedir. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 400. Maddesi'ne göre, on yıl içinde aynı şirket için toplam yedi yıl denetçi olarak seçilen denetçi üç yıl geçmedikçe denetçi olarak yeniden seçilemez. Bununla birlikte, Bağımsız Denetim Yönetmeliğinin 26. Maddesine göre, üç yıl geçmedikçe, denetim kuruluşları son on yılda yedi yıl, denetim üstlenen bağımsız denetçiler ile bunların yanında ve denetim kuruluşlarında çalışan denetçiler ise son yedi yılda beş yıl denetim çalışması yürüttükleri işletmelere ilişkin denetimleri üstlenemezler (<http://kgk.gov.tr>). Çalışmanın sonuçları göstermektedir ki, Türkiye'de rotasyon uygulaması bulunmasına rağmen, halen aynı denetçi tarafından üst üste denetlenen raporların güvenilirliğinin diğer raporlara göre daha düşük olduğu düşünülmektedir. Çünkü çalışmada modelin kanaati ile denetçinin kanaati, süreklilik varsayımı doğrultusunda karşılaştırıldığında, çelişkinin sadece rotasyon nedeniyle denetim firmasını değiştiren, rotasyon süresi boyunca aynı denetim firması ile çalışmayı tercih eden işletmelerde ortaya çıktığı görülmektedir.

Tablo 4. Olumlu Görüş Bildirilen Denetim Raporları

Modelin tahmini	Süreklilik ile ilgili belirsizlik var		Süreklilik ile ilgili belirsizlik yok	
Denetçi Görüşü	117		171	
Olumlu Görüş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmiş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmemiş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmiş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmemiş
	30	87	0	171

Tablo 4’de olumlu görüş bildirilen denetim raporları ayrıntılı olarak incelenmiştir. Model 117 işletmenin sürekliliği ile ilgili belirsizlik tahmini yapmış, denetçilerden 30 tanesi de açıklama paragrafı yardımıyla bu durumu raporlarında belirtmişlerdir. Ancak 87 işletme için model süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmini yapmasına rağmen, denetçi bu yönde bir kanaat belirtmemiştir.

Çalışmanın daha önceki bölümünde bahsedildiği üzere, Bağımsız Denetim Standardı (BDS) 570, işletmelerin süreklilik göstergelerini; işletme faaliyetleri ile ilgili göstergeler, finansal göstergeler ve diğer konularla ilgili olmak üzere üç kategoriye ayırmıştır. Standart bu göstergelerin tek başına var olmasının her zaman işletmenin sürekliliği ile ilgili önemli bir belirsizliğin var olduğu anlamına gelmeyeceğini de belirtmiştir (BDS 570, A.3). Bununla birlikte finansal verilerine göre, borçlarını ödeme konusunda dar boğazda bir işletme varlık satışı yoluyla borçlarını kapatabilir. Bu nedenle finansal verileri açısından sürekliliği ile ilgili belirsizlik tahmin edilmesine rağmen denetçinin kanaatinin bu yönde olmamasının yukarıda bahsedilen bir sebepten kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 5. Görüş Bildirmekten Kaçınma/Olumsuz Görüş Bildirilen Denetim Raporları

Modelin Tahmini	Süreklilik ile ilgili belirsizlik var		Süreklilik ile ilgili belirsizlik yok	
Denetçi Görüşü	8		18	
Görüş Bildirmekten Kaçınma/Olumsuz Görüş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmiş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmemiş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmiş	Süreklilik riskine denetim raporunda yer verilmemiş
	8	0	1	17

Tablo 5’de görüldüğü üzere model tarafından, olumsuz görüş alan 26 finansal rapordan 8 ‘inde süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmini yapılırken, denetçinin kanaatinin de bu yönde olduğu görülmüştür. Bununla birlikte diğer 18 işletme için modelin sonuçlarına göre sürekliliği ile ilgili bir belirsizlik söz konusu değilken denetçinin de aynı kanaatte olduğu görülmektedir. Bu raporlar incelendiğinde olumsuz görüş bildirme gerekçesinin süreklilik ile ilgili belirsizlik olmadığı anlaşılmıştır.

Sonuç

Yaşanan finansal krizler ile birlikte piyasalarda iflas eden işletme sayısında yaşanan artış ülkelerin ekonomisine ciddi zararlar vermeye başlamıştır. Bu durum işletmelerin sürekliliği ile ilgili tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Hem muhasebe ve finansal raporlama standartlarında hem de denetim standartlarında işletmenin sürekliliğine özellikle vurgu yapılmaktadır. Söz konusu standartlar süreklilik ile ilgili hem işletme yönetimine hem de bağımsız denetçiye ciddi sorumluluklar yüklemektedir. Bu kapsamda çalışmada, öncelikle Borsa İstanbul'da imalat sektöründe işlem gören işletmelerin 2009 ve 2017 yılları arasında yayınladıkları finansal raporlar kullanılarak Altman'ın Z Skoru yardımıyla süreklilikleri ile ilgili belirsizlik tahmini yapılmıştır. Daha sonrasında modelin sonuçları ile çalışma kapsamına alınan finansal raporlar için verilmiş denetim raporları ve bu raporlarda bildirilen denetçi görüşleri karşılaştırılmıştır.

Çalışmada denetçi tarafından verilen görüşler ile modelin yapmış olduğu tahmin arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, modelin belirsizlik tahmini yaptığı finansal raporların çoğunluğunda denetçiler de aynı kanaattedir. Söz konusu durumda çoğunlukla şartlı görüş veya olumlu görüş (açıklama paragrafı) verilmiştir. Bununla birlikte bazı tahmin sonuçları ile denetçi kanaati paralellik göstermemektedir. Örneğin model süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmini yapmasına rağmen, denetçi şartlı görüş bildirmiş ancak süreklilik ile ilgili belirsizliğe raporda yer vermemiştir. Bu durum rotasyon süresi boyunca denetim firmasını hiç değiştirmeyen ve aynı denetim firmaları tarafından denetlenen iki işletmenin finansal raporlarında ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu sonuç rotasyon süreleri ile ilgili soru işaretleri oluşmasına neden olmuştur. Çalışma kapsamına alınan bazı finansal raporlar için model süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmini yapmasına rağmen denetçinin olumlu rapor verdiği ve söz konusu duruma raporunda yer vermediği görülmüştür. Bu alanda bundan sonra yapılacak çalışmalarda işletmelerin süreklilikleri ile ilgili belirsizliğin tahmin edilmesinde finansal verilerin yanında diğer işletme verilerini de kullanan bir model kullanılabilir. Ayrıca model yardımıyla süreklilik ile ilgili belirsizlik tahmini yapıldıktan sonra, işletmenin bu durumu ortadan kaldırmak için bir planı hayata geçirip geçirmediği de incelenebilir.

Kaynakça

- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and The Prediction of Corporate Backruptcy, *The Journal of Finance*, XXII(4). doi :10.2307/2978933
- Atilla, S.T. vd. (2012). The Principle of Business Continuity in Terms of Financial Audit, *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 14(2). <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1420122/13.pdf>.
- Eymen, E. (2007). *SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri, No:1*, Ankara: İstatistik Merkezi.

- Kamu Gözetim Kurumu (KGK), Bağımsız Denetim Standardı 570: İşletmenin Sürekliliği, www.kgk.gov.tr (Erişim Tarihi: 24.04.2019).
- Kamu Gözetim Kurumu (KGK), Türkiye Muhasebe Standardı 1: Finansal Tabloların Sunuluşu, www.kgk.gov.tr (Erişim Tarihi: 24.04.2019).
- Kamu Gözetim Kurumu (2019). Bir denetim Faaliyetinin üstlenilmesinde dikkat etmem gereken rotasyon sürelerine ilişkin düzenlemeler nelerdir, www.kgk.gov.tr (Erişim Tarihi: 17.09.2019).
- Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler*, 1. Baskı, Ankara: Alfa.
- Kulalı, İ. (2016). Altman Z-Skor Modelinin BİST Şirketlerinin Finansal Başarısızlık Riskinin Tahmin Edilmesinde Uygulanması, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (27), 283-291, doi: 1017130/ijmeb.2016.12.27.1076.
- Provasi, R., Riva, R. (2015). Assessment of Going Concern For The Italian Listed Companies: An Empirical Study. *Review of Business and Finance Studies*, 6(1), 27-34, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2497042.
- Selimoğlu Kardeş, S., Uzay, Ş., (2008). *Muhasebe Denetimi*, Ankara: Gazi.
- Stanisic, N. Radojevic, T., Stanic N. ve Rajin, D. (2013). The Association between Auditor Switching and Audit Opinion in The Republic of Serbia, Finiz Conference, Belgrade, 552-558, doi: 10.15308/sinteza2014.
- Tanç, Ş. (2010). *Bağımsız Denetim Karar Sürecinde İşletmenin Sürekliliği: Türkiye'deki Bağımsız Denetime Tabi İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Terzi, S., Atmaca, M. ve Öktem, B. (2016). İşletmenin Sürekliliği Varsayımının Değerlendirilmesi: Borsa İstanbul (BİST) Sınai Endeksi Örneği, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 1 (45), Ocak 2016, 515-535, doi: 10.14783/od.V1i2i45.1000020024.
- Triani, N, Satyawan, M. D. ve Yanthi, M. D. (2017). Determining the Effectiveness of Going Concern Audit Opinion by ISA 570. *Asian Journal of Accounting Research*, 2, 29-35, doi: 10.1108/ AJAR-2017-02-02-B004.

- Turaboğlu, T.T., Erkol Yıkma, A. ve Topaloğlu, E. E. (2017). Finansal Başarısızlık ve Sermaye Yapısı Kararları: BİST 100 Endeksindeki Firmalar Üzerine Bir Uygulama, *Business and Economics Research Journal*, 8(2), 247-258, doi: 10.20409/berj.2017.48.
- Uzay, Ş. (2017). *Sürdürülebilir Gelişme Bakımından Denetimin Önemi*. Muhasebe ve Denetim Sempozyumu, 27-28 Eylül 2017, İstanbul.
- Yıldız, F. O. (2017). *İşletmelerde Borca Batıklık ve Süreklilik Denetimi*, İstanbul: Maliye Hesap Uzmanları Derneği.
- Yılmaz, Z., Yaşar, A. (2018). Bağımsız Denetim Raporlarının İşletmenin Sürekliliği Denetim Standardı 570 Çerçevesinde İncelenmesi: BİST İmalat Sanayi Şirketleri Üzerine Bir Araştırma, *Mali Çözüm Dergisi*, Ocak-Şubat 2018, 55-90, <https://issuu.com/istanbulsmmmmodasi/docs/145>.



Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezlerine Dair Bibliyometrik Bir Analiz¹

A Bibliometric Analysis of the Master's Theses Dealing with Newspaper News

Arş. Gör. Mehmet Pelivan²

Başvuru Tarihi: 06.03.2019

Kabul Tarihi: 26.12.2019

Öz

Bilginin geçmişi ve geleceği ile ilgili iki temel yaklaşımdan ilki, bilginin birikimli bir şekilde ilerlediği ve yapılacak çalışmaların geçmişteki bilgiden yararlanarak gelişme sağlayacağı fikrine dayanmakta ve günümüzde güçlü bir şekilde kabul görmektedir. İkinci olarak ise varolan bilginin yıkılarak yenilerinin inşa edileceği, gelişmelerin sağlanacağı kabulüdür ve birinci yaklaşımın tam karşısına konumlanmaktadır. Özellikle bazı kuramsal yaklaşımların, varolan bilgiyi tamamen ortadan kaldırarak kurulduğu hatırlandığında bu bakış açısının da önemli bir kapsayıcılığı olduğu kabul edilmelidir. Bilgiyle ilgili her iki yaklaşımda da bir alanı, konuyu ya da literatürü ele alan çalışmaların bütünlüklü bir değerlendirilmesi kaçınılmazdır. Kısacası bir kuramsal anlayışı yıkmak ya da doğrulamak için ilgili literatüre kapsamlı bir şekilde hâkim olmak ve literatürü tartışmak ihtiyacı her zaman vardır.

Bu çalışmada da Türkiye'de gazete haberlerini konu alan ve dolaylı ya da doğrudan ideoloji tartışması yapan yüksek lisans tezlerinin, değerlendirme için gerekli literatürü oluşturduğu varsayımından hareketle söz konusu çalışmaların yıl ve üniversite bağlamında dağılımlarını ve değişimlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda üniversite ve yıl başlıkları altında çalışmaların, anabilim dallarına, konularına, kuramsal yaklaşımlarına, yöntemlerine, hipotezlerine ve inceledikleri gazetelerin kapsamına göre nasıl dağılım ve değişim gösterdiği sorularına cevap aranmıştır. Sorulara cevap bulmak için bibliyometrik çözümleme yöntemi kullanılmış, nicel olarak toplanan veriler, tablolar şeklinde sunulmuş ve incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim Araştırmaları, İdeoloji, Yüksek Lisans Tezleri, Gazete Haberleri, Bibliyometrik Yöntem

Abstract

The first of the two basic approaches to knowledge and the future of knowledge are based on the idea that knowledge progresses cumulatively and that the studies to be done, should progress by making use of knowledge in the past. This understanding is widely and strongly accepted today. The second one is the acceptance of the existing knowledge to be destroyed and the new ones to be constructed and to be

¹ Bu makale Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda tamamlamış olduğum "Türkiye'de Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezleri: Yöntem Sorunsalı, Eğilimler ve İdeoloji Kavramlaştırmaları" başlıklı yüksek lisans tezimin bir bölümünün tekrar düzenlenmiş halidir. Ayrıca makalede yer alan verilerin küçük bir kısmı "İdeoloji Çözümlemesi Yapan Yüksek Lisans Tezlerine Dair Bibliyometrik Bir Analiz" başlığıyla Eskişehir'de düzenlenen 16th International Symposium "Communication in the Millennium" da bildiri olarak sunulmuştur.

² Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, plvnmhmt@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3745-0780

developed and is situated directly opposite the first approach. It should be accepted that this perspective is also an important comprehensiveness, especially when some of the theoretical approaches are remembered to be established by completely removing the existing knowledge. In both approaches to information, it is inevitable to have a holistic assessment of studies that deal with a field, subject, or literature. In short, there is always a need to thoroughly master the relevant literature and discuss the literature in order to break down or confirm a theoretical understanding.

In this study, I acted on the assumption that the master theses which deals with the newspaper news and examines ideology direct and indirect in Turkey have created the necessary literature for the assessment. My aim of this study is to reveal the distribution and changes of these studies in the context of year and university. I analyzed these theses under the headings of university and period according to how the theses were distributed the following information: departments, prominent topics, theoretical approaches, methods, hypotheses, and the scope of newspapers they investigated. I used the bibliometric method in the study and gathered data as quantitative. I have presented and analyzed these data in tables.

Keywords: *Communication Researches, Ideology, Master Theses, Newspaper News, Bibliometric Method*

Giriş

Günümüzde bilginin ilerlemesi ya da birikmesi konusunda iki yaklaşım dikkat çekicidir. Bunların ilkinde 'bilginin birikimli biçimde ilerlediği' şeklinde kabul görmüş güçlü bir eğilim söz konusudur. Bu varsayımından hareketle bir alan ya da konu üzerinde çalışmaların belli bir mesafe kat etmesi sonucunda ortaya çıkan araştırmaların değerlendirilmesi, gelecekte yapılacak çalışmalar açısından hayati bir önem taşımaktadır. Araştırmacıların ilgilendiği konu hakkında literatüre hâkim olması, eğilimleri tespit etmesi önemlidir. Eğilimlerin tespitinin yanında çalışmaların sorunlu noktalarının görülmesi de yapılacak araştırmaların nitelikli olması için kaçınılmazdır.

İkinci olarak ise bilginin birikimli şekilde ilerlediği anlayışını reddeden bakış açısına değinmek gerekir. Thomas Kuhn, bilimsel gelişmenin birikim ile sağlandığını kabul etmez. Yeni bir keşif ya da icat ile yıkılan kuramsal yaklaşımın, birikim teorisini temelden sarstığına dikkat çeker. Newton fiziğinin yıkılarak yerine Einstein fiziğinin kurulmasını da bu duruma örnek olarak gösterir (Kuhn, 2017, s. 72-78).

Bilginin birikimli bir şekilde ilerlediği varsayımından hareket ettiğimizde var olan çalışmaları değerlendireci bir araştırmanın yapılması ihtiyacı kaçınılmazdır. Belli bir literatürü sağladığı düşünülen alan ya da konuda yapılmış çalışmaları irdeleyecek araştırmaların yapılması o alan ya da konuya katkıda bulunacaktır. Bunun tam karşısında duran ve ilerleme için kuramsal anlayışın yıkılması gerektiğini savunan teoride de belli bir alan ya da konu üzerinde yapılmış araştırmaların yoğunluğunu, yönelimlerini ya da odaklandıkları noktaları ortaya koymaya ihtiyaç vardır. Kısacası her iki durumda da bir alan ya da konuyu ele alan çalışmaların bütünlüklü bir değerlendirmesi kaçınılmaz bir gerekliliktir.

Bilginin ilerlemesine ilişkin yukarıdaki değiniden sonra iletişim çalışmalarına bakarsak iletişim alanında yapılan araştırmaların önemli bir bölümü; medya kuruluşlarının kurumsal/örgütsel

yapısını, üretilen medya içeriklerini ve bunların alımlanmasını³ sorunsallaştırmaktadır. Bu doğrultudaki çalışmalar arasında gazeteler en fazla çalışma konusu edilen araçlardan biri olarak karşımıza çıkar ve gazeteler üzerinden önemli ideoloji tartışmaları yürütülür. İletişim alanındaki yüksek lisans tezlerinde de bu ağırlık kendini göstermektedir. Bu durum yapılan çalışmaların da araştırma konusu edilmesini olanaklı kılmaktadır.

İdeoloji kavramı ilk defa, John Locke'dan etkilenen Fransız materyalist Destutt de Tracy tarafından 1796 yılında “düşünce bilimi” anlamında kullanılmıştır (Atılğan, 2015, s. 285; McLellan, 2009, s. 6). “İdea”nın “düşünce” ya da “fikir” anlamına geldiğini, -loji ekinin de belli bir alanda yapılan çalışmalara işaret ettiğini de hatırlarsak “ideoloji”nin “fikir alanında yapılan çalışmalar” biçiminde geniş bir anlama da sahip olduğunu söyleyebiliriz. Kavramın yaygın tanımı bu olmakla birlikte, farklı zamanlarda farklı düşünürler tarafından farklı şekillerde tanımlanması, ideoloji hakkında tartışmalı bir literatür ortaya çıkarmıştır.⁴ Günümüzde liberalliği, muhafazakârlığı, İslamcılığı ya da faşizmi benimsemiş biri kendi bakış açısı dışındaki yaklaşımları ideolojik olarak nitelemektedir (Atılğan, 2015, s. 285). Marksistler arasında ise ideoloji üzerinde varılmış iyi-kötü, olumlu-olumsuz şeklinde bir uzlaşma bulunmamaktadır.⁵ “İdeoloji”ye bu şekilde farklı yaklaşımların gösterilmesi, iletişim alanında da karşılık bulmuş ve yapılan araştırmalarda ideoloji farklı pencerelerden sık sık tartışılan bir konu olmuştur. Ortaya çıkan bu çeşitlilik ideoloji kavramına yaklaşımları sorgulama ihtiyacını da beraberinde getirmektedir.

Bu çalışmada da Türkiye’de gazete haberlerini konu alan ve ideoloji tartışması yapan yüksek lisans tezlerinin değerlendirme için gerekli literatürü oluşturduğu varsayımından hareket edilmiştir. Nitekim Çiler Dursun, 1980-2003 yılları arasını kapsayan araştırmasında, incelediği yüksek lisans ve doktora tezlerinin yüzde 60,5'nin ideoloji, söylem ve temsile odaklandığını (2004, s. 101) ortaya koyarak bu varsayımı doğrulamaktadır. Hem üzerine araştırma yapılabilecek sayıda tezin tamamlanması hem de ideoloji kavramının tartışmalı doğası nedeniyle bu araştırmada Türkiye’de iletişim anabilim dalları altında yapılmış gazete haberlerini konu almış ve ideoloji tartışmasına dolaylı ya da doğrudan girmiş yüksek lisans tezlerinin yıllara ve üniversitelere göre dağılımına odaklanılmıştır. Bunun için yüksek lisans tezlerinin yıllara göre ve üniversitelere göre nasıl dağılıma sahip olduğu ve bu dağılımın nasıl değişim geçirdiği, tezlerin hangi anabilim dallarında yapıldığı, çalışmalarda ağırlıklı ön plana çıkan inceleme konularının ne olduğu, hangi kuramsal yaklaşımların benimsendiği, hangi yöntemlerin tercih edildiği, hipotez kurulup kurulmadığı ve tezlerde incelenen gazetelerin hangi ölçekte (ulusal, yabancı, yerel) olduğu sorularına cevap aranmıştır. Bu sorulara cevap bulmak için evrenin tamamı üzerinden veriler nicel biçimde bibliyometrik yöntem kullanılarak toplanmış, tablolatırılmış ve analiz edilmiştir.

Çalışma bağlamında Türkiye’de iletişim alanında yapılmış yüksek lisans tezlerini inceleyen araştırmaların oluşturduğu literatüre bakarsak öncelikle Çiler Dursun’un “Türkiye’de Haber ve Habercilik Çalışmalarının Genel bir Değerlendirmesi: 1980-2003” başlıklı araştırmasına değinmek

³ Çalışmanın evrenine dâhil edilmiş gazete haberlerini konu edinen tezlerde kurumsal yapı ve medya içeriklerine göre alımlama araştırmalarının oldukça sınırlı kaldığı görülmüştür. Ancak bu Türkiye’deki iletişim araştırmaları içerisindeki alımlama çalışmaları hakkında bir değerlendirme yapmamıza imkân tanımamaktadır. Alımlama çalışmaları hakkında bir çıkarımda bulunabilmek için iletişim araştırmaları üzerine genel bir inceleme yapma ihtiyacı vardır.

⁴ Bkz. Eagleton, 2015; Heywood, 2014; McLellan, 2009.

⁵ İlk olarak olumlu bir anlamda kullanılan ideoloji kelimesi Napolyon Bonaparte’nin, Moskova yenilgisi sonrası ideologları suçlamasıyla olumsuz bir anlam kazanmıştır (Eagleton, 2015, s. 100).

gerekir. Dursun, 2004 yılında yaptığı çalışmasında geniş bir çerçeveden haber ve habercilik pratiklerini konu alan lisansüstü tezleri, bilimsel dergilerde yayımlanmış makaleler ile kitapları ele almış ve bunları iki ana başlık altında incelemiştir. Bu başlıkların ilkinde çalışmalar yöntem ve yaklaşım bakımından sınıflandırmıştır. İkincisinde ise haber ve haberciliği konu edinen araştırmaların sorunsallarına göre dağılımlarına bakmıştır (Dursun, 2004, s. 90).

Lisansüstü tezleri araştırma konusu eden diğer bir araştırmacı da Ayşegül Çilingir'dir. Çilingir, "İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme" (2017) başlıklı makalesinin amacını, iletişim alanında yapılan tezlerde içerik analizi yönteminin kullanımına ilişkin veriler elde etmek şeklinde belirtmiştir. Çilingir, çalışmasında 1996-2015 yılları arasında tamamlanmış 64 yüksek lisans ve doktora tezini nicel yöntem kullanarak incelemiştir.

Aylin Aydoğan "Yeni İletişim Teknolojileri Tezlerinde Neo-Klasik İktisat Paradigmasının Hegemonyası" (2006) başlıklı çalışmasında hem nicel hem de nitel yöntemi kullanmıştır. Aydoğan araştırmasında, 1980'lerden sonra yeni iletişim teknolojileri üzerine yapılan yüksek lisans ve doktora tezlerini incelemiştir. Bu incelemeyi ise neo-klasik iktisat paradigmasını merkezine alarak yapmıştır. Çalışmanın nicel kısmında tezlerin türlerine (yüksek lisans ya da doktora), yıllarına, üniversitelerine ve alanlarına göre dağılımları tablolar halinde verilmiştir.

İlgili literatürde iletişim alanının kapsayıcı bir şekilde tartışmayı amaç edinen çalışmalar yanında sadece halkla ilişkiler alanındaki lisansüstü tezlere değinen araştırmalarda bulunmaktadır. Bu tür çalışmalara ilk örnek Aydemir Okay ve Ayla Okay'ın "Türkiye'de Lisans ve Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi: Tezlerin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Kantitatif Bir Çalışması (1984-2007)" (2008) başlıklı makalesidir. Halkla ilişkiler alanında yapılmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin içerik analiziyle değerlendirdiği bu çalışmada, çalışmalar konularına, sayılarına, diline, danışmanın durumuna, (halkla ilişkiler alanından olup olmadığı) tamamlandığı üniversiteye ve yazarların cinsiyetine göre incelenmiştir (Okay ve Okay, 2008, s. 5).

Halkla ilişkiler alanında yapılmış yüksek lisans ve doktora tezlerindeki niceliksel artışın niteliksel olarak devam edip etmediğini ortaya koymayı amaçlayan Osman Sarier ise yüksek lisans tezinde (2014), 2003-2012 yılları arasında yapılmış lisansüstü tezleri konu edinmiştir. Sarier, "Halkla İlişkiler Alanında Tamamlanmış Lisansüstü Tez Çalışmalarının İncelenmesi (2003-2012)" (2014) başlıklı çalışmasında, verileri geliştirdiği "tez inceleme formu" ile toplamıştır. Niceliksel başlıkta tezlerin yıllara, yapıldığı üniversitelere, yayın düzeylerine, danışman unvanlarına göre dağılımlarını ele almıştır. Nitel kısımda tezlerin konusunu, sorununu, amacını, önemini, sınırlılığını, kavramsal çerçevesini ve metodolojisini incelenmiştir (Sarier, 2014).

Bu çalışmada kullanılan bibliyometrik çözümleme yöntemi, iletişim tezleri üzerine yapılan çalışmaların yalnızca birinde karşımıza çıkmaktadır. Çağrı İnceoğlu "Türkiye'de Sinemayı Konu Alan Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme" (2014) başlıklı makalesinde, Türkiye'deki sinema araştırmalarının özelliklerinin ve eğilimlerinin ortaya koymayı amaçlamıştır. İnceoğlu çalışmasında 1985-2013 yılları arasında Türkiye'de sinema konusunda tamamlanmış 199 doktora ve sanatta yeterlilik tezleri ile ilgili bilgileri bibliyometrik çözümleme kullanılarak incelemiştir. Bu yöntem ile tezlerin yıllara, anabilim/anasanat dallarına, yazıldıkları dillere, yöntemlerine, yaklaşımlarına, yapım türlerine (kurmaca, belgesel, canlandırma vb), temel araştırma alanlarına

(eleştiri, tarih, kuram vb), incelediği ülke sinemalarına, anahtar kelimelerine göre dağılımları tablolar halinde ortaya konulmuştur. Son olarak bu çalışmanın incelemeyi amaç edindiği bağlamda, literatürde doktora tezlerini konu alan başka araştırmaların da olduğunu ancak kapsamları nedeniyle bu çalışmadan ayrıştıkları için burada ayrıntılandırılmadıklarını belirtmek gerekir.⁶ Doktora tezlerini incelmeye rağmen yukarıda sadece İnceoğlu'nun (2014) çalışmasına değinilmesinin nedeni ise iletişim araştırmalarında bibliyometrik yöntemi kullanan tek araştırma olmasıdır.

Genel olarak tezler üzerine yapılan çalışmalara baktığımızda araştırmalarda ilk olarak künye bilgileri (tamamlandığı yıl, üniversite, anabilim dalı vb.) tablolar halinde verilmiştir. Sonrasında tezlerin içeriklerine yöneltilmiş sorular (tezlerin konu dağılımları, yöntemi vb) sonucunda tablolar oluşturulmuştur. Bu şekilde yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak nicel yöntem benimsenmiştir. Yukarıda bahsettiğimiz çalışmaların hiçbiri iletişim alanında gazete haberlerini konu alarak dolaylı ya da doğrudan ideoloji tartışması yürüten tezler odaklanmamıştır. Bununla birlikte çalışmalarda ele alınan tezler belli dönemler içerisinde tamamlanan tezler araştırmalara konu olmuştur. Bu nedenle bu çalışma gazete haberlerini konu alan ve ideoloji tartışması yürüten yüksek lisans tezlerinin dağılımını ve değişimini ortaya koyması bakımında bütünlüklü çıkarımlar yapmaya imkân tanıyacak, bundan sonra yapılacak araştırmalara katkı sunacaktır.

İnceleme Konusu Olan Yüksek Lisans Tezleri

Bu çalışmanın evreni gazete haberlerini konu alan 409 yüksek lisans tezdinden oluşmaktadır. Evreni belirlemek için Ulusal Tez Merkezi'nden (UTM) yararlanılmış, gelişmiş tarama seçeneğinden (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tarama.jsp>) arama yapılmıştır. Bu aramada kullanılan 27 kelime grubu şunlardır:⁷ “Haber-gazete”, “ideoloji-medya”, “ideoloji-haber”, “ideoloji-gazete”, “ideoloji-foto”, “ideoloji-basın”, “gazete-içerik”, “gazete-söylem”, “gazete-hegemonya”, “gazete-yanlış bilinç”, “gazete-devletin ideolojik aygıtları”, “gazete-foto”, “gazete-camera obscura”, “haber-içerik”, “haber-söylem”, “haber-hegemonya”, “haber-yanlış bilinç”, “haber-devletin ideolojik aygıtları”, “haber-foto”, “haber-camera obscura”, “basın-içerik”, “basın-söylem”, “basın-hegemonya”, “basın-camera obscura”, “basın-yanlış bilinç”, “basın-devletin ideolojik aygıtları”, “basın-foto”, “medya-foto”.

Bu çalışmanın evrenine anabilim dalı penceresinden bakarsak, evren enstitülerin iletişim alanındaki anabilim dalları altında yapılan yüksek lisans tezlerini kapsamaktadır.⁸ Böyle bir tercih yapılmasının sebebi ise iletişim anabilim dalları dışında yapılan tezlerin merkezinde iletişimin değil yapıldığı anabilim dalındaki tarih, edebiyat ya da sosyoloji gibi alanların yer almasıdır. Bu çalışmada da amaç iletişim merkezli çalışmalar üzerine bir değerlendirme yapmak olduğu için böyle bir sınırlandırmaya

⁶ Bu çalışmada sadece yüksek lisans tezlerine odaklanıldığı için doktora tezlerini konu alan çalışmalara değinilmemiştir. Ancak sadece iletişim alanındaki doktora tezlerini konu alan çalışmalarında olduğunu söylemek gerekir. Örneğin, Aktaş ve Özdemir, 2006; Ateş, 2016; Çetin, Yaşın ve Sönmez, 2016; Tokgöz, 2006a, 2006b, 2015a; H. Yüksel, 2016.

⁷ Aramalarda tek başına medya, gazete, haber, ideoloji, basın kelimeleri kullanılmamıştır. Bunun nedeni kelimelerin taranması sonucu sırasıyla 3486, 4353, 6173, 3019, 12609 adet tez çıkmasıdır. Bu kadar kayıt arasından bir evren oluşturmanın zorluğunu gidermek için gazete-haber, gazete-söylem gibi ikili kelime grupları oluşturularak arama yapılmıştır.

⁸ Evreni oluşturan tezlerin anabilim dalları şöyledir: Basın ve Yayın Anabilim Dalı, Gazetecilik Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve (Reklamcılık) Tanıtım Anabilim Dalı, İletişim Bilimleri Bilim Dalı, Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı, Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı, Radyo Televizyon ve (Sinema) Anabilim Dalı, İletişim ve Tasarım Anabilim Dalı, İletişim Sanatları Anabilim Dalı, İletişim ve Tasarım Anasanat Dalı/İletişim Sanatları ve Tasarım Sanat Dalı, İletişim ve Toplumsal Dönüşüm Anabilim Dalı, İletişim Yönetimi Anabilim Dalı, İletişim Yüksek Lisans (Yaşar Üniversitesi), Stratejik İletişim Yönetimi Anabilim Dalı.

gidilmiştir. Bununla birlikte yapılan taramada iletişim alanı dışından yapılan ve iletişime dokunan çalışmaların başka bir araştırmaya konu olabilecek birikime sahip olduğu görülmüştür.

Çalışmanın kapsamında incelenecek tezlerin başlangıcı olarak bir tarih sınırlamasına gidilmemiştir. Bunun nedeni, tezlerdeki yaklaşımları bütünlüklü bir biçimde genel bir çerçeveden görebilmektir.⁹ Evrenin 2017 yılına kadar tamamlanan tezlerden oluşturulma nedeni ise bu çalışmaya başlama tarihinin 2017 yılının başı olması ve 2017 yılı içerisinde UTM'ye sürekli tez girişi yapılması nedeniyle bunların takip edilmesinin ya da evrenin güncellenmesinin zorluğudur. Ayrıca çalışmanın amaçları doğrultusunda ele aldığımızda evrenin 2017 yılına kadar yapılan tezlerden oluşması, değerlendirme için gerekli bulguyu bize sağlamaktadır ve araştırmanın amacını yerine getirmek için yeterlidir.

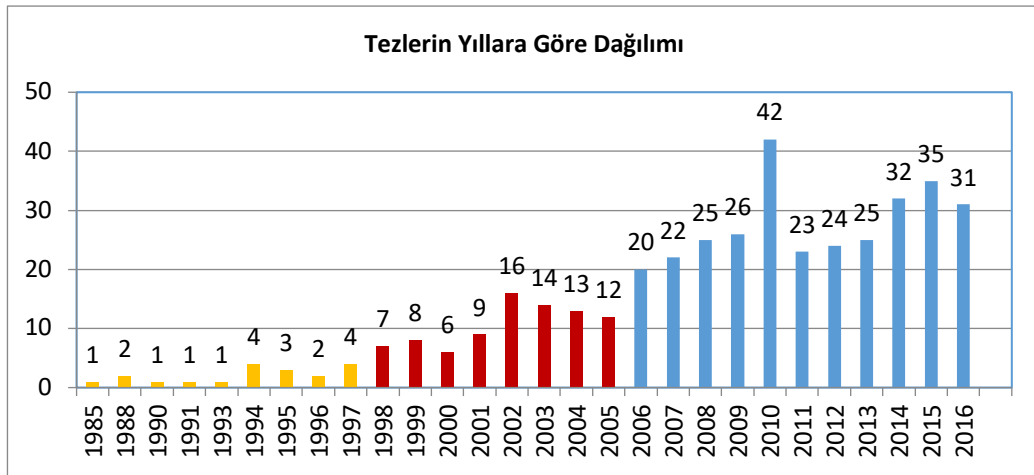
Şerife Çam'a göre iletişim alanındaki ideoloji tartışması, doğrudan ya da dolaylı şekilde yapılmaktadır (Çam, 2008, s. 7). Bu araştırmada da doğrudan ya da dolaylı yoldan ideoloji yaklaşımı geliştirilen çalışmalar evreni oluşturmaktadır. Bunu biraz açarsak, inceleme evrenine dahil edilen tezlerin ideoloji yaklaşımlarını incelerken ideoloji kelimesini kullanmaları şartı aranmamıştır. Örneğin, 1985 yılında Rüveyde Akyürek tarafından yapılan yüksek lisans tezindeki "... *dedikodu haberleri, kadın köşeleri de okuyucuya yönelik güdüleyici bir işlev görmeye başlamıştır. Bu yüzyılda popüler kültür ürünleri ile kişiye "Sahte Özgürleşim" olanağı sunulmuştur*" (Akyürek, 1985, s. iii) şeklindeki çıkarım, bize söz konusu çalışmadaki ideoloji yaklaşımı hakkında bilgi vermektedir. Basının "güdüleyici" rolüne vurgu yapılması, "sahte özgürleşim" kavramlaştırmasına gidilmesi, tezde ideoloji kelimesini kullanmadan bir ideoloji yaklaşımı ortaya koymuştur. "Türk Basınının Gelişiminde Basında Ekonomi ve Ekonomi Basını: Kavram ve Kapsam Açısından Uygulamalı Bir Çalışma" (E. Yüksel, 1996) başlıklı diğer bir örnekte ise 1980 sonrası habercilik pratiklerinin nasıl olması gerektiği sorunsallaştırılmış, ideoloji kelimesi üzerinden açık bir tartışma yapılmamıştır. Ancak ideal haber işleyişi, liberal yaklaşım içerisinden belirtilirken aslında bir ideolojik sınıflandırma ve tanımlama yapılmış, ideoloji yaklaşımı ortaya konulmuştur. Haber gerçekliği aktaran bir yapıya tanımlanmış bunun yapılması için gerekli olan ilkelere ulaşmak amacıyla bir araştırma yürütülmüştür. Verdiğimiz bu iki örnek doğrultusunda baktığımızda, haber metinlerini konu alan bir tartışmanın hangi kuramsal yaklaşımı benimserse benimsesin ideoloji kavramından kaçınması söz konusu değildir. Bu nedenle gazete haberlerini konu alan tezlerin hepsi evrene dâhil edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca ideoloji kuramcılarının Karl Marx'ın sadece "camera obscura" metaforundan birçok ideoloji kavramlaştırması ve yaklaşımı türettiği de hatırlarsak doğası gereği ideoloji kavramı gazete haberlerini konu alan her çalışmayı evrenimize dâhil etme olanağını bize sunmaktadır.

Anaakım medya çalışmaları içerisinde şüphesiz ideoloji yaklaşımları bulunmaktadır. Ancak eleştirel ve anaakım paradigmlar ideoloji sorunsallaştırması noktasında birbirinden farklılaşmakta, anaakım pencereden yapılan araştırmalarda ideoloji sorunsal olarak belirlenmemektedir (Çam, 2008, s. 11). Eleştirel medya çalışmalarında ise ideoloji, toplumsal çatışmaların nasıl gösterilmediği, çarpıtıldığı ya da bu çatışmaların görmezden gelinerek nasıl bir gerçekliğin inşa edildiği noktalarından hareketle sorunsallaştırılmaktadır. Tüm bunlarla beraber bu çalışmada anaakım paradigma içerisinde yapılmış tezleri dışarda bırakmak gibi bir amaç güdülmemiştir. Bunun ilk nedeni incelenen tezlerde böyle bir ayrımın imkânsız olmasıdır. İkinci olarak liberal bir bakış açısıyla kurulmuş çalışmalarda yukarıda

⁹ Buradan anlaşılacağı gibi çalışmanın evreni 1982 yılında alınan kararla kurulmaya başlanan enstitülerde yapılmış tezleri kapsamaktadır. Ancak bu durum 1982 öncesi iletişimi merkezine alan lisansüstü tezin yapılmadığı anlamına gelmez. 1982 öncesi farklı fakültelerde iletişim konulu tezler (özellikle doktora) yapılmıştır.

belirttiğimiz Akyürek (1985) ve E. Yüksel'in (1996) tezlerindeki gibi dolaylı ya da doğrudan ideoloji tartışması yürütülmüştür.

Daha önce belirttiğimiz gibi bu araştırmada temel amaç iki değişken (üniversite ve tezlerin tamamlanma yılları) üzerinden evrendeki tezleri değerlendirmektir. Bu ayırmda açıklanması gereken tezlerin tamamlanma yılları üzerinden nasıl dönemselleştirildiğidir. Şekil 1'de de görüldüğü üzere 1985-1997 arasındaki yıllarda yapılan tez sayısı beşin altında kaldığı için bu tarihler arası birinci dönem olarak belirlenmiştir. İkinci dönem kabul edilen 1998-2005 arasındaki yıllarda 5 ile 16 arasında çalışma tamamlanmıştır. Son dönem olan 1998-2016 yılları arasında ise teslim edilen tez sayısında yirmi ve üstünü görmek mümkündür. Tezlerin tamamlanma yıllarına göre bu dağılımı, yapılan dönemselleştirmenin temelinin oluşturmaktadır.



Şekil 1. Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

Çizilen bu çerçevede gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinin, üniversite ve dönem başlıkları altında anabilim dallarına, ön plana çıkan konularına, kuramsal yaklaşımlarına, yöntemlerine, hipotez durumlarına, inceledikleri gazetelerin kapsamına göre nasıl dağılım gösterdiği bibliyometrik yöntem ile incelenmiştir.

Bibliyometrik Yöntem

Bibliyometri kelimesi Latince ve Yunanca kökenli “biblion” ve “metricus” ya da “metricos” kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur (Sengupta, 1992, s. 76). Bu kelimelerin Türkçe anlamlarına baktığımızda “biblion” kitap, “metricus” ya da “metricos” ise ölçmeye karşılık gelmektedir.

Alan Pritchard, “istatistiksel bibliyografya”yı 1922 yılında ortaya atan ilk kişi olan Wyndham Hulme'nin, bu terimi bilimdeki sürecin nasıl işlediğinin nicel olarak analiz etmek anlamında kullandığını belirtir. Sonrasında bu tanımdan yola çıkarak istatistiksel bibliyografyiyi “yazılı iletişimin ve bir disiplin gelişiminin doğası ile izlediği yolun süreçlerine, yazılı iletişimin çeşitli özelliklerinin sayımı ve analizi ile ışık tutmak” şeklinde açıklar (Pritchard, 1969, s. 348). İstatistiksel bibliyografinin tam olarak tanımlayıcı olmadığını ve istatistik ya da istatistiklere ilişkin bibliyografya gibi kafa karışıklığına yol açtığını belirten Pritchard, “istatistiksel bibliyografya” yerine “bibliyometri” kavramının kullanılmasını önermiştir. Pritchard, yazısında ilk defa kullandığı bibliyometriyi, “matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin kitap ve iletişim araçlarına uygulanması” şeklinde tanımlamıştır (1969). 1972 yılında yaptığı ikinci tanımda ise bibliyometriyi, “bilgi aktarma süreciyle

ilgili ölçübilimi” şeklinde açıklar (Akt. Sengupta, 1992, s. 77). Pritchard, birinci tanımında bibliyometriyi bir uygulama ya da yöntem olarak görürken ikincisinde ise bilim olarak kabul etmiştir.

1969 yılından sonra farklı araştırmacılar bibliyometri ile ilgili tanımlar¹⁰ yapmışlardır (Broadus, 1987; Osareh, 1996). Bunların hepsine burada yer verme imkânı olmamakla birlikte çalışma için önemli birkaç tanıma değinmekte fayda vardır. Robert N. Broadus’a göre Joseph C. Donohue ile David Nicholas ve Maureen Ritchie’nin açıklamaları bibliyometriyi tanımlamak için kullanışlıdır (1987). Donohue, “A Bibliometric Analysis of Certain Information Science Literature” (1972) başlıklı makalesinde bibliyometriyi “*kitaplar, dergi makaleleri gibi büyük bibliyografik birimlerin niceliksel analizi*” olarak tanımlarken (1972, s. 313) Nicholas ve Ritchie ise bibliyometriyi “*bir literatürün istatistiksel ya da niceliksel tanımı*” şeklinde açıklamıştır (1978, s. 9). Bu çalışmada inceleme konusu edilen tezler Donohue’nin “büyük bibliyografik birimler” tanımına, tezler üzerine yapılan inceleme de Nicholas ve Ritchie’nin “literatürün niceliksel analizi” açıklamasına uymaktadır. Bibliyometrinin diğer bir tanımı ise Virgil P. Diodato tarafından “*bilginin dağılımındaki yayın ve iletişim kalıplarının incelemek için saymadan hesaplamaya, matematiksel ve istatistiksel tekniklerin kullanıldığı bir alan*” şeklinde yapılmıştır (2012, s. vii). Türkçedeki karşılığının ne olduğuna bakmak istediğimizde ise bibliyometri ya da bibliyometrik kelimelerinin, TDK sözlüğünde yer almadığı görülmüştür.¹¹

Bibliyometride temel amaç bilimsel yayın, bilgi ve iletişim aktivitelerini niceliksel olarak analiz etmektir. Ayrıca bibliyometrik çalışmalar bilimsel iletişimin sağlanmasında önemli bir role sahiptir (Osareh, 1996, s. 150-151). Bunlara ek olarak Eugene Garfield, bilim insanlarının literatüre hâkim olması amacıyla da bibliyometrik çalışma yapıldığını belirtir (Garfield, 2009, s. 175). Frederick W. Lancaster’e göre bibliyometrik çalışmalar, üretimle ilgili niceliksel analiz, literatürün kullanımı, dağılımı, gelişmesi ile literatüre ne kadar katkı yapıldığının ve literatürde güncelliğini kaybeden konuların analizini amaçlamaktadır (1991, s. 1).

Bibliyometrik çalışmalar literatürün yazarlar ya da kurumlar tarafından nasıl etkilendiğini, bunların ilişkilerini, alandaki değişimin nasıl olduğunu ve olacağını incelemek için kullanılmaktadır (Türkatarhan, 2013). Ayrıca incelenen alanda, tarihsel olarak hangi konulara ağırlık verildiğinin, hangi konuların ön plana çıktığının belirlenmesi için bibliyometrik çözümleme uygun bir yöntemdir (Uşkul, 2016, s. 16). Bibliyometrik çözümleme, evrenin tamamı ya da örneklem üzerinden ilgili konunun literatürü hakkında somut bilgilerin ortaya konulmasını ve genelleme yapılmasını sağlar. Tarihsel süreçteki değerlendirmeler için uygun olan bu çözümleme yöntemi, alan ya da konunun farklı başlıklar altında zaman içerisindeki değişimlerini ortaya koymaya yardımcı olur. Gelecekte yapılacak çalışmaların eğilimine ışık tutar. Bununla birlikte alanda yapılan çalışmaların boşluklarının tespit edilmesine ve bunların doldurulmasına olanak tanır (İnceoğlu, 2014, s. 34-26).

Sengupta, bibliyometrik yöntem ile yapılan niceliksel analize, bilimin gelişimini doğru olarak yansıtmayacağı yönünde olumsuz eleştirilerin de yapıldığını belirtir. Eleştirilerin dayanak noktası ise her yayının bilginin gelişmesine aynı katkıyı yapmadığıdır (Sengupta, 1992, s. 89). İncelenen ya da karşılaştırılan her birimin sayılması, onların eşit değerlerde olduğu varsayımından hareket etmektedir. Ancak durumun böyle olmadığı açıktır. Bilginin ölçümü çabası içine girmek birçok soru işaretini ortaya çıkaracaktır. Öncelikle ölçüm için incelenecek yapıların hangilerinin ya da ölçülecek

¹⁰ Bu tanımlar için bkz. Broadus, 1987; Okubo, 1997; Osareh, 1996; Sengupta, 1992.

¹¹ Son sorgulama 1.3.2019 tarihinde yapılmıştır.

bilginin ne olduğu tartışılması gereken noktalardır. Bu araştırma özelinde bibliyometrinin bu sınırlılığını ele alırsak, bu çalışmadaki amacın bilgiyi ölçmekten ziyade betimlemek olduğunu belirtmek gerekir.

Bibliyometrik çözümleme uygulamada bir esneklik sunması nedeniyle farklı alanlarda yapılan çalışmalarda yöntem olarak kullanılmaktadır (Osareh, 1996, s. 152). Ancak bu bibliyometrik yöntemin sonsuz şekilde uygulanabilir olduğu anlamına gelmez. İletişim alanından bir örnek verirsek Teun Adrian van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi üzerinden gidebiliriz. van Dijk, eleştirel söylem çözümlemesi için verdiği yöntemini formül şeklinde sunar. İncelenen içerikleri makro ve mikro şeklinde böler sonrasında ise bu başlıklar altında çözümlemenin nasıl yapılacağını ayrıntılandırır (Özer, 2011, s. 82-86). Bibliyometrik çözümlemede ise böyle kesinleşmiş bir formül yoktur. Çözümlemenin uygulanacağı evren amaca (kurumların, yazarların, ülkelerin üretkenliği ya da tarihsel süreçteki bilimsel yayınlarının değişiminin ya da atıfların analizi) uygun başlıklar altında ortaya konulur.

Nicholas ve Ritchie, bibliyometrik çalışmaları betimleyici ve davranışsal olmak üzere ikiye ayırır. Betimleyici çalışmalar bir alanın özellikleri ya da yapısını ele alırken, sadece güncel çalışmaları değil geçmişini de değerlendirir ve bugüne nasıl geldiğini anlamaya çalışır. Davranışsal çalışmalarda ise alan ya da konuya ait literatürü oluşturan bileşenler (yazarlar, çalışmalar, konular vb.) arasındaki ilişkileri incelemektedir (Nicholas ve Ritchie, 1978, s. 9-10). Nicholas ve Ritchie'nin yaptığı sınıflandırmaya göre bu çalışma betimleyici bibliyometrik bir araştırmadır. Betimsel başlığını biraz daha açarsak Nicholas ve Ritchie betimleyici bibliyometrik çalışmalarda inceleme konusu olabilecek yapıları şöyle sıralar: (1978, s. 10):

a. **“Bilginin üretilmesi ve iletilmesinden sorumlu kurumlar:”**¹² Üniversiteler, araştırma kuruluşları, bazı devlet kurumları vb. bu maddeye örnek gösterilebilir. Bu çalışmada da bibliyometrik incelemenin iki ayağından (tezlerin üniversitelere ve yıllara göre dağılımı) birini, ideoloji konulu tezlerin kurumlara yani “üniversitelere” göre dağılımı oluşturmaktadır.

b. **“Dağıtım biçimi (dergi, monografi vb)”**

c. **“İletişim yapıları (makale, mektup, vb):”** Çalışmanın evrenini oluşturan ve iletişim anabilim dalları altında yapılmış ideoloji konulu tezler hem **“dağıtım biçimi”** hem de **“iletişim yapıları”** maddelerinin kapsamına girmektedir.

d. **“Aktarılan bilginin özelliği-konu ve dil yapısı:”** Çalışmada incelenen tezlerdeki ideoloji yaklaşımının hangi konular üzerinden ele alındığını gösteren tablolar bu başlığa örnek verilebilir.

e. **“Bilginin ulaşma zamanı ve sıklığı:”** Bu çalışmada evrendeki tezlerin **“üniversiteler”** ve **“dönemler”** olmak üzere iki ana başlık ve bunların alt başlıkları altında dağılımının nicel olarak ortaya konulduğunu hatırlarsak **“dönemler”** altındaki başlıklarda verilen tablolar bu maddeye işaret etmektedir.

f. **“Aktarılan bilgi miktarı:”** Tam olarak bilgi miktarı şeklinde bir tanımlama ve değerlendirme bu çalışmada bulunmamaktadır. Nitekim **“bilginin miktarı”** şeklindeki bir kavramlaştırma tartışmalıdır

¹² Maddelerin ve yöntemin bu araştırma bağlamında daha iyi anlaşılabilmesi için yazarların sıraladığı başlıklara örnekler verilmiştir.

ve bu araştırmada bilginin miktarını belirlemek gibi bir gayret içine girilmemiştir. Ancak üniversitelere ve yıllara göre tez sayılarının dağılımları ve değişimleri çalışmada ortaya koyan veriler bu maddeye en yakın örnek olabilir.

g. “Coğrafi kökeni:” “Türkiye’de yapılan yüksek lisans tezleri” şeklinde çalışmanın evreninin belirlenmiş olması, coğrafi kökenine karşılık gelmektedir. Ayrıca üniversiteler özelinde yapılan nicel analiz, ideoloji kavramına coğrafi olarak nasıl yaklaşıldığını bize göstermektedir.

Gazete Haberlerini Konu Alan Tezlerin Yıllara ve Üniversitelere Göre Dağılımları

Çalışmanın bu bölümünde gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinin bibliyometrik çözümlemesi yapılmıştır. Yöntem kısmında da belirttiğimiz gibi bibliyometrik analizde tezlerin yapıldığı üniversite ve yıl olmak üzere iki değişken temel alınmıştır. Bu iki değişken altında çalışmaların anabilim dallarına, konularına, kuramsal yaklaşımlarına, yöntemlerine, hipotez durumlarına ve inceledikleri gazetelerin kapsamına göre dağılımları¹³ tablolar halinde verilmiştir.

Tezlerin Üniversitelere¹⁴ Göre Dağılımları

Evrendeki çalışmaların bibliyometrik çözümlemesinde öncelikle dağılımlarına ve üniversitelerde gazete haberlerini konu alan ilk çalışmanın yapılma tarihine bakmak, diğer tabloları daha sağlıklı değerlendirmemizi sağlayacaktır.¹⁵

Tablo 1: Üniversitelerde Tamamlanan Tez Sayıları ve Gazete Haberlerini Konu Alan İlk Tezlerin Teslim Tarihleri							
Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Toplam		İlk Tezin Tamamlanma Tarihi	Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Toplam		İlk Tezin Tamamlanma Tarihi
Akdeniz Üni.	7	2%	2015	İstanbul Arel Üni.	6	1%	2013
Anadolu Üni.	41	10%	1985	İstanbul Aydın Üni.	1	0%	2013
Ankara Üni.	62	15%	1990	İstanbul Bilgi Üni.	3	1%	2011
Atatürk Üni.	15	4%	2002	İstanbul Kültür Üni.	1	0%	2012
Başkent Üni.	2	0%	2011	İstanbul Ticaret Üni.	2	0%	2013
Beykent Üni.	1	0%	2016	İstanbul Üni.	41	10%	1986
Ege Üni.	28	7%	1991	Kadir Has Üni.	2	0%	2012
Erciyes Üni.	17	4%	2006	Kocaeli Üni.	18	4%	2002
Fırat Üni.	5	1%	2006	Marmara Üni.	43	11%	1998
Galatasaray Üni.	7	2%	2007	Orta Doğu Teknik Üni.	7	2%	2006
Gazi Üni.	66	16%	1993	Selçuk Üni.	23	6%	1999
Gaziantep Üni.	2	0%	2014	Yaşar Üni.	2	0%	2014
Girne Amerikan Üni.	1	0%	2014	Yeditepe Üni.	2	0%	2009
Hacettepe Üni.	2	0%	2010	Yeni Yüzyıl Üni.	1	0%	2015
İhsan D. Bilkent Üni.	1	0%	2016	Toplam Tez Sayısı	409		

¹³ Bu bölümde seçilen değerlendirme başlıkları, yapılan sınıflandırmalar ve ortaya konulan nicel veriler pozitivist bir bakış açısı içerisinde ampirik bir iddia taşımamaktadır. Tablolarda seçilen başlıklarda ve tezlerin bu başlıklar altına dağıtılmasında araştırmacının subjektif yaklaşımlarının olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

¹⁴ Üniversitelere göre dağılımlarından kast, sözü edilen üniversitelerdeki iletişim anabilim dalları altında yapılmış tezlerdir.

¹⁵ Tablolarda yüzdelerin verilmesinde ondalıklı sayı kullanılmadığı için 0,5 altındaki yüzdeler 0'a üzerindeki yüzdeler de 1'e tamamlanmıştır. Bu durum tüm tablolar için geçerlidir.

Gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinin üniversitelere göre dağılımlarını ele aldığımızda Gazi¹⁶ (yüzde 16), Ankara (yüzde 15), İstanbul (yüzde 10), Marmara (yüzde 11), Anadolu (yüzde 10), Ege (yüzde 7) ve Selçuk (yüzde 6) Üniversitelerinde, evrendeki çalışmaların yüzde 75'inin tamamlanmış olduğunu Tablo 1'de görmekteyiz. Bunların içinde ise Ankara (62 tez) ile Gazi (66 tez) Üniversiteleri ön plana çıkmaktadır. Toplamda yedi üniversitede yapılan tezlerin, evrenin yüzde 75'inin oluşturmasının nedeni, iletişim alanındaki lisansüstü eğitimin öncelikle bu üniversitelerde başlamasıdır.¹⁷

Tablo 1'deki diğer veri olan gazete haberlerini konu alan tezlerin yapılmaya başlandığı tarihlere göre bakarsak ilk çalışmalar Anadolu (1985) ve İstanbul (1986) Üniversitelerinde yapılmıştır. Ancak Ankara (1990), Gazi (1993), ve Marmara (1998) Üniversitelerinde gazete haberlerini konu alan araştırmalar daha sonraki tarihlerde yapılmaya başlanmış olmasına rağmen Anadolu ve İstanbul Üniversitesi'nden daha fazla tez bu üç üniversitede tamamlanmıştır. Gazete haberlerinin yoğun olarak konu edildiği üniversitelerin dışındakilere baktığımızda, Atatürk (15 tez), Erciyes (17 tez) ve Kocaeli (18 tez) Üniversitelerinde sayıca daha fazla çalışmanın teslim edildiğini Tablo 1'de görebiliriz. Sonrasında ise Akdeniz, Fırat, Galatasaray, Arel ve Orta Doğu Teknik (ODTÜ) Üniversitelerinde 5 ile 7 arasında tez teslim edilmiştir. Burada dikkat çeken ise Akdeniz Üniversitesi'dir. Akdeniz Üniversitesi'nde gazete haberlerini konuşturan çalışmaların 2015 yılında ilk olarak yapılmasına rağmen iki yılda toplam 7 tez tamamlanmıştır. Bu da bize Akdeniz Üniversitesi'nde yıl başına 3,5 çalışmanın düştüğünü gösterir. Diğer üniversiteler ile kıyasladığımızda Akdeniz en yüksek orana sahip olarak karşımıza çıkmaktadır. Arakasından gelen ve en yüksek ikinci tez ortalamasına sahip Gazi'de de yıl başına düşen tez sayısı ise 2,9'dur.

Evrene dâhil edilen çalışmaların başlangıcı olarak bir sınır koymazken bitiş tarihi olarak 2016 yılının sonunu seçtiğimizi ve nedenini çalışmanın evreni bölümünde belirtmiştik. 2016 yılının sonuna kadar tamamlanan çalışmaları da tarihsel olarak üç döneme ayırmıştık. Yaptığımız dönemselleştirme bağlamında üniversitelerde tamamlanan tezlerin yüzde 5'i (19 tez) birinci dönemde, yüzde 21'i (85 tez) ikinci dönemde, yüzde 75'i de (305 tez) üçüncü dönemde teslim edilmiştir (Tablo 2).¹⁸ Üniversiteler özelinde ele aldığımızda Tablo 2'de, Anadolu, Ankara, Ege, Gazi ve İstanbul Üniversitesi'nde üç dönemde de gazete haberlerini konu alan çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Atatürk, Kocaeli, Marmara, Selçuk Üniversiteleri'nde ise ikinci ve üçüncü dönemlerde

¹⁶ Tezin bundan sonraki bölümlerinde bahsettiğimiz Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi çıkarılan "Yükseköğretim Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" (7141 Sayılı) ile Mayıs 2018 tarihinde Gazi Üniversitesi'nden ayrılarak yeni kurulan Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi'ne bağlanmıştır (*Resmî Gazete*, 18.05.2018). Ancak tezlerin tamamlandığı dönemde İletişim Fakültesi'nin Gazi Üniversitesi'ne bağlı olması nedeniyle çalışmada Gazi Üniversitesi şeklinde ele alınmıştır.

¹⁷ Türkiye'deki iletişim çatısı altında ilk lisansüstü eğitim, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Televizyon ile Öğretim ve Eğitim Fakültesi'nde 1979 yılında başlamıştır (*Resmî Gazete*, 13 Aralık 1979). Bu Fakülte'nin adı kısa bir süre sonra (Mayıs 1980) İletişim Bilimleri Fakültesi olarak değiştirilmiştir. Sonrasında ise 1982 yılında sosyal bilimler enstitülerinin kurulmasıyla birlikte diğer üniversitelerde de iletişim anabilim dalları altında lisansüstü çalışmalar başlamıştır. 1983 yılında İstanbul ve Marmara Üniversitelerinde yüksek lisans ve doktora, 1984 yılında Gazi ve Anadolu Üniversitesi, 1986 yılında Ankara ve Ege Üniversitesi'nde yüksek lisans programları, iletişim alanında lisansüstü eğitim amacıyla öğrenci kabul etmeye başlamıştır (Tokgöz, 2003, s. 14-26; 2006a, s. 40).

¹⁸ Bu bölümde üniversiteler bağlamında bir inceleme yapılacağı için Tablo 1 dışındaki oranlamaların bir başlık altındaki tez sayısının üniversitede yapılan toplam tez sayısına oranını gösterecek şekilde hesaplandığını belirtmek gerekir. Örneğin gazetecilik anabilim dalı altında Akdeniz Üniversitesi'nde yapılan 5 tezin tüm gazetecilik anabilim dalları altında yapılan tezlere oranı değil, Akdeniz'de yapılan toplam tez sayısına oranı verilmiştir. Oranlamının bu şekilde yapılmasının nedeni çalışmanın amacına uygun olarak üniversiteler bağlamında bir değerlendirme yapmaktır. Tablolardaki toplam satır ve sütunlarına da kısaca değinecek olursak, toplam sütununda üniversitelerde yapılan toplam tez sayısına, toplam satırlarında ise incelenen başlık altında yapılmış çalışmaların toplam sayısı ve bu sayının evrene olan oranına yer verilmiştir.

tez yapılmıştır. Geriye kalan üniversitelerde ise 2006 sonrası yani sadece üçüncü dönemde gazete haberlerini konu alan tezler teslim edilmiştir.

1983-1986 yılları arasında İstanbul, Marmara, Gazi, Anadolu, Ankara ve Ege Üniversitelerinde lisansüstü eğitimin başlamış olduğunu hatırlasak lisansüstü eğitime başlayan altı üniversite arasında sadece Marmara Üniversitesi'nde birinci dönemde gazete haberlerini konu alan çalışma yapılmamıştır. Marmara Üniversitesi'nde ilk gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezinin teslim tarihi 1998 yılı olmuştur (Tablo 1). Bu da bize iletişimde lisansüstü eğitimin başladığı Marmara Üniversitesi dışındaki beş üniversitede başından itibaren gazete haberleri üzerinden ideoloji tartışmasının yapıldığının göstermektedir.

Tablo 2: Tezlerin Üniversitelere ve Dönemlere Göre Dağılımları							
Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Dönemler						Toplam
	1. Dönem 1985-1997		2. Dönem 1998-2005		3. Dönem 2006-2016		
Akdeniz Üni.					7	100%	7
Anadolu Üni.	7	17%	12	29%	22	54%	41
Ankara Üni.	3	5%	24	39%	35	56%	62
Atatürk Üni.			1	7%	14	93%	15
Başkent Üni.					2	100%	2
Beykent Üni.					1	100%	1
Ege Üni.	1	4%	17	61%	10	36%	28
Erciyes Üni.					17	100%	17
Fırat Üni.					5	100%	5
Galatasaray Üni.					7	100%	7
Gazi Üni.	7	11%	13	20%	46	70%	66
Gaziantep Üni.					2	100%	2
Girne Amerikan Üni.					1	100%	1
Hacettepe Üni.					2	100%	2
İhsan D. Bilkent Üni.					1	100%	1
İstanbul Arel Üni.					6	100%	6
İstanbul Aydın Üni.					1	100%	1
İstanbul Bilgi Üni.					3	100%	3
İstanbul Kültür Üni.					1	100%	1
İstanbul Ticaret Üni.					2	100%	2
İstanbul Üni.	1	2%	6	15%	34	83%	41
Kadir Has Üni.					2	100%	2
Kocaeli Üni.			5	28%	13	72%	18
Marmara Üni.			4	9%	39	91%	43
Orta Doğu Teknik Üni.					7	100%	7
Selçuk Üni.			3	13%	20	87%	23
Yaşar Üni.					2	100%	2
Yeditepe Üni.					2	100%	2
Yeni Yüzyıl Üni.					1	100%	1
Toplam	19	5%	85	21%	305	75%	409

Tablo 2'ye genel olarak baktığımızda gazete haberlerini konu alan ve ideolojiyi tartışan çalışmaların -Ege Üniversitesi'nde üçüncü dönem dışında- her dönem artarak devam ettiğini belirtmek gerekir. Üç dönemde toplam tamamlanan tez sayısı ise sırasıyla 19, 85, 305 olmuştur. Teslim edilen tez sayısındaki değişime bakarsak birinci döneme göre ikinci dönemde 4,4 ve ikinci döneme göre üçüncü dönemde de 3,5 kat artış olmuştur.

Tezlerin anabilim dallarına göre dağılımlarına baktığımızda en fazla çalışmanın yüzde 50 ile gazetecilik anabilim dallarında yapıldığını Tablo 3'te görebiliriz. Sonrasında ise sırasıyla halkla

ilişkiler ve tanıtım (yüzde 11), radyo televizyon (ve sinema)¹⁹ (yüzde 9), iletişim bilimleri (yüzde 7), basın ve yayın²⁰ (yüzde 6) ve diğer (yüzde 5) anabilim dallarında çalışmalar tamamlanmıştır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta gazete haberleri üzerine yapılmış yüksek lisans çalışmalarından oluşan evrene halkla ilişkiler ve tanıtım ile radyo televizyon (ve sinema) anabilim dallarında yapılmış tezlerin de dâhil olmasıdır. Özellikle gazetecilikten sonra en fazla tezin (44 tez) halkla ilişkiler ve tanıtım anabilim dallarında yapılması önemlidir.

Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Anabilim Dalları												Toplam		
	Basın Yayın		Gazetecilik		Halkla İlişkiler ve Tanıtım		İletişim Bilimleri		Radyo Televizyon (ve Sinema)		Diğer Anabilim Dalları			Değerlendirilemeyen	
Akdeniz Üni.			5	71%	1	14%			1	14%					7
Anadolu Üni.	25	61%			2	5%	2	5%					12	29%	41
Ankara Üni.			31	50%	16	26%			4	6%			11	18%	62
Atatürk Üni.			12	80%					3	20%					15
Başkent Üni.					2	100%									2
Beykent Üni.											1	100%			1
Ege Üni.			17	61%					5	18%			6	21%	28
Erciyes Üni.			12	71%	3	18%			2	12%					17
Fırat Üni.							4	80%	1	20%					5
Galatasaray Üni.							1	14%	5	71%			1	14%	7
Gazi Üni.			49	74%	9	14%			2	3%			6	9%	66
Gaziantep Üni.							2	100%							2
Girne Amerikan Üni.													1	100%	1
Hacettepe Üni.							2	100%							2
İhsan D. Bilkent Üni.													1	100%	1
İstanbul Arel Üni.											6	100%			6
İstanbul Aydın Üni.					1	100%									1
İstanbul Bilgi Üni.											3	100%			3
İstanbul Kültür Üni.											1	100%			1
İstanbul Ticaret Üni.											2	100%			2
İstanbul Üni.			33	80%	3	7%			2	5%			3	7%	41
Kadir Has Üni.							2	100%							2
Kocaeli Üni.			3	17%	3	17%	8	44%					4	22%	18
Marmara Üni.			24	56%	3	7%	5	12%	7	16%			4	9%	43
Orta Doğu Teknik Üni.											7	100%			7
Selçuk Üni.			19	83%	1	4%			2	9%			1	4%	23
Yaşar Üni.							2	100%							2
Yeditepe Üni.									2	100%					2
Yeni Yüzyıl Üni.											1	100%			1
Toplam	25	6%	205	50%	44	11%	28	7%	36	9%	21	5%	50	12%	##

Halkla ilişkiler ve tanıtım anabilim dalı özelinde en fazla tez Ankara (16 tez) ve Gazi (9 tez) Üniversiteleri'nde yapılmıştır. Radyo televizyon (ve sinema) anabilim dalında ise Marmara Üniversitesi'nde (7 tez) diğer üniversitelere göre daha fazla tez tamamlanmıştır. Tablo 3'deki iletişim bilimleri anabilim dalında en çok çalışmanın Kocaeli Üniversitesi'nde (8 tez) yapıldığını söyleyebiliriz. Gazetecilik anabilim dalında ise gazete haberini konu alan en fazla tez Ankara (31 tez) ve Gazi (49 tez) Üniversitelerinde teslim edilmiştir. Diğer anabilim dalları²¹ başlığı altında yapılan çalışmalara değinirsek özellikle Arel Üniversitesi ve ODTÜ'deki 13 çalışmanın medya ve kültürel çalışmalar anabilim dalı altında yapıldığını belirtmek gerekir.

Üniversitelerde tamamlanan tezlerin anabilim dallarındaki çeşitliliği noktasında Marmara Üniversitesi dört anabilim dalında [gazetecilik, halkla ilişkiler ve tanıtım, iletişim bilimleri ve radyo televizyon (ve sinema)] tez yapılan tek üniversite olmuştur.

¹⁹ Radyo televizyon, radyo televizyon ve sinema anabilim dallarında yapılan tezler buraya dâhil edilmiştir.

²⁰ Anadolu Üniversitesi'nde bulunan Basın Yayın Anabilim Dalı, gazetecilik anabilim dalına denk kabul edilmektedir.

²¹ Diğer anabilim dalları ise şöyledir: Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı, İletişim ve Tasarım Anabilim Dalı, İletişim Sanatları Anabilim Dalı, İletişim ve Tasarım Anasanat Dalı / İletişim Sanatları ve Tasarım Sanat Dalı, İletişim ve Toplumsal Dönüşüm Anabilim Dalı, İletişim Yönetimi Anabilim Dalı, İletişim Yüksek Lisans (Yaşar Üniversitesi), Stratejik İletişim Yönetimi Anabilim Dalı

Evrendeki çalışmalarını konuları²² bağlamında ele aldığımızda ideolojinin ağırlıklı olarak güncel siyaset [siyasi kişiler ya da olaylar (182 tez)] üzerinden çözümlendiğini Tablo 4’de görebiliriz. Sonrasında ise sırasıyla kimlik (53 tez), şiddet (43 tez) ve toplumsal cinsiyet (31 tez) konularında önemli miktarda çalışma yapılmıştır. Çevre (11 tez), kültür (10 tez) ve spor (8 tez) konuları ise en az irdelenen konular olmuştur. Bu nedenle yeni yapılacak çalışmalarda bu konulara yoğunlaşma ihtiyacı olduğu söylenebilir.

Tezlerin Yapıldığı Üniversite	Konular												Toplam										
	Güncel Siyaset	Toplumsal Cinsiyet	Kimlik	Ekonomi	Çevre	Sağlık	Kültür	Spor	Şiddet	Diğer	Değerlendirilemeyen												
Akdeniz Üni.	5	71%			1	14%								1	14%								7
Anadolu Üni.	12	29%	4	10%	1	2%	3	7%			3	7%	1	2%	3	9%	3	7%	10	24%	1	2%	41
Ankara Üni.	35	56%	2	3%	10	16%	6	10%	1	2%					6	10%	2	3%					62
Atatürk Üni.	6	40%	2	13%	3	20%									4	27%							15
Başkent Üni.	2	100%																					2
Beykent Üni.																			1	100%			1
Ege Üni.	7	25%	3	11%	2	7%	1	4%	4	14%	1	4%	3	11%			3	11%	4	14%			28
Erciyes Üni.	6	35%	2	12%	4	24%			1	6%	1	6%					1	6%	2	12%			17
Fırat Üni.	3	60%									1	20%					1	20%					5
Galatasaray Üni.	4	57%			1	14%											2	29%					7
Gazi Üni.	38	58%	2	3%	6	9%	4	6%	1	2%	3	5%			8	12%	4	6%					66
Gaziantep Üni.			1	50%	1	50%																	2
GİRNE Amerikan Üni.					1	100%																	1
Hacettepe Üni.	1	50%					1	50%															2
İhsan D. Bilkent Üni.									1	100%													1
İstanbul Arel Üni.	1	17%			4	67%												1	17%				6
İstanbul Aydın Üni.																			1				1
İstanbul Bilgi Üni.	2	67%					1	33%															3
İstanbul Kültür Üni.															1	100%							1
İstanbul Ticaret Üni.	2	100%																					2
İstanbul Üni.	16	39%			8	20%			2	5%	1	2%	2	5%	3	9%	5	12%	2	5%	2	5%	41
Kadir Has Üni.			1	50%													1	50%					2
Kocaeli Üni.	9	50%			4	22%					1	6%	1	6%			3	17%					18
Marmara Üni.	20	47%	7	16%	3	7%	3	7%	1	2%	1	2%	1	2%	2	6%	3	7%	2	5%			43
Orta Doğu Teknik Üni.	1	14%	2	29%	2	29%	2	29%															7
Selçuk Üni.	11	48%	3	13%	2	9%	1	4%					2	9%					4	17%			23
Yaşar Üni.			1	50%													1	50%					2
Yeditepe Üni.	1	50%	1	50%																			2
Yeni Yüzyıl Üni.																			1	100%			1
Toplam	182	44%	31	8%	53	13%	22	5%	11	3%	12	3%	10	2%	8	2%	43	11%	34	8%	3	1%	409

Üniversiteler özelinde 15 ve üzerinde tezin yapıldığı okullarda ideoloji çözümlemesi ağırlıklı olarak güncel siyaset üzerinden ele alınmıştır. Güncel siyaset en fazla çözümleme Ankara ve Gazi’de tartışılmıştır. Toplumsal cinsiyet konusunda Marmara, kimlik ve ekonomi konularında Ankara, çevre ve kültür konularında Ege, sağlık konusunda Anadolu ve Gazi, spor konusunda Anadolu ve İstanbul, şiddet konusunda Gazi öne çıkan üniversiteler olmuştur.

Konu çeşitliliği noktasından incelediğimizde Marmara’da her konuda en az bir çalışma yapılmıştır. Anadolu ve Ege’de konu çeşitliliğinin yüksek olduğu diğer üniversitelerdir. Son olarak incelenen tezlerde din konusunun gazete haberleri üzerinden ele alınmamış olması dikkat çekicidir. Laiklik, siyasal İslam, türban gibi konular ele alınsa da bunlar siyasi tartışmalar bağlamında değerlendirilmiş ve sorunsallaştırılmıştır. Doğrudan din ve ideoloji tartışması yapılmamıştır.

²² Tablodaki konular belirlenirken önce başlıkların oluşturulması ve altına tezlerin dağıtılması yöntemi seçilmemiştir. Tezler konusal olarak incelenmeye başlanmış ve gidişata göre tezlerde ön plana çıkan konu başlıkları belirlenmiştir. Bu yöntem tezlerin seçilmiş bir başlık altına konulması zorunluluğunu ortadan kaldırmış ve daha sağlıklı bir sınıflandırma yapılmasını sağlamıştır. Buradaki diğer önemli nokta ise “ön plana çıkan konu”nun seçilmesidir. Tezleri inceleme esnasında bir çalışmanın konusal olarak iki ya da üç başlık altında yer alabileceği görülmüştür. Örneğin “Sağlık Haberlerinde Kadın Bedeninin Sunumu” (Aydın, 2016) ya da “Hekime Yönelik Şiddetin Türk Basınına Yansımaları” (Ünvanlı, 2015) başlıklı çalışmalar hem sağlık hem de toplumsal cinsiyet ve şiddet konuları kapsamına girmektedir. Bu noktada ön plana çıkan konu seçimi ve çalışmalar sırasıyla toplumsal cinsiyet ile şiddet başlıkları altında değerlendirilmiştir.

Nitel kısımda yapılan başlıklandırmanın da dayandığı Tablo 5'te evrendeki çalışmaların kuramsal tutumlarına göre dağılımları verilmiştir.²³ Anaakım ve eleştirel olarak ikiye ayırdığımız çalışmalar, ayrıca eleştirel başlığı altında da gerçeklik yaklaşımlarına göre ikiye bölünmüştür. Tezlerin dağılımına baktığımızda, gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinde eleştirel bakış açısı toplamda 225 tez ile ağırlıktayken anaakım yaklaşım ile yapılan tez sayısı ise 151'dir. Eleştirel tezler arasında ise gerçekliğin basın ile çarpıtıldığı yaklaşımını benimsemiş çalışmalar ön plana çıkmaktadır.

Tablo 5: Tezlerin Üniversitelere ve Kuramsal Yaklaşımlarına Göre Dağılımları									
Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Tezlerin Kuramsal Yaklaşımları						Değerlendirilemeyen		Toplam
	Anaakım Yaklaşımların Ağırlık Bastığı Tezler		Eleştirel Yaklaşımların Ağırlık Bastığı Tezler						
	1	2	Gerçekliğin Çarpıtıldığı Savunan Tezler	3	4	5	6	7	
Akdeniz Üni.	1	14%	2	29%	4	57%			7
Anadolu Üni.	25	61%	7	17%	5	12%	4	10%	41
Ankara Üni.	11	18%	28	45%	19	31%	4	6%	62
Atatürk Üni.	4	27%	2	13%	5	33%	4	27%	15
Başkent Üni.	2	100%							2
Beykent Üni.	1	100%							1
Ege Üni.	10	36%	10	36%	6	21%	2	7%	28
Erciyes Üni.	10	59%	5	29%	2	12%			17
Fırat Üni.	4	80%	1	20%					5
Galatasaray Üni.	1	14%	2	29%	2	29%	2	29%	7
Gazi Üni.	30	45%	22	33%	11	17%	3	5%	66
Gaziantep Üni.					2	100%			2
Girne Amerikan Üni.							1	100%	1
Hacettepe Üni.			1	50%	1	50%			2
İhsan D. Bilkent Üni.					1	100%			1
İstanbul Arel Üni.	1	17%	3	50%	2	33%			6
İstanbul Aydın Üni.	1	100%							1
İstanbul Bilgi Üni.	1	33%	1	33%	1	33%			3
İstanbul Kültür Üni.	1	100%							1
İstanbul Ticaret Üni.	1	50%	1	50%					2
İstanbul Üni.	14	34%	20	49%	2	5%	5	12%	41
Kadir Has Üni.			1	50%	1	50%			2
Kocaeli Üni.	9	50%	2	11%	5	28%	2	11%	18
Marmara Üni.	15	35%	17	40%	5	12%	6	14%	43
Orta Doğu Teknik Üni.			4	57%	3	43%			7
Selçuk Üni.	8	35%	12	52%	3	13%			23
Yaşar Üni.					2	100%			2
Yeditepe Üni.	1	50%	1	50%					2
Yeni Yüzyıl Üni.			1	100%					1
Toplam	151	37%	143	35%	82	20%	33	8%	409

Tablo 5'i üniversiteler özelinde ele aldığımızda Ankara Üniversitesi (47 tez) çatısı altında yapılan çalışmalarda eleştirel araştırmaların sayısı üstün olduğunu söylemek gerekir. Arkasından ise Gazi (33

²³ Tezlerin bazılarında anaakım ve eleştirel bakış açıları bir arada kullanılmış, eklektik bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu durumda çalışmalar başlıklara dağıtılırken araştırmalarda ağırlık verilen yaklaşım göz önünde bulundurulmuştur. Bunlara ek olarak anaakım ve eleştirel ayrımı yapılırken çalışmalarda kullanılan kavramlar da dikkate alınmıştır. Örneğin medyanın öteki söylemi yarattığı yönünde eleştiri getiren bir çalışmada (Demirkörek, 2003) çözüm olarak liberal ilkeler sunulduğu için bahsi geçen tez anaakım başlığı altına alınmıştır. Kısacası belirleyici olan sadece eleştirmek değildir. Liberal ilkelerin uygulanmadığı eleştiren bir araştırma anaakım sınıfına dâhil edilmiştir.

tez), İstanbul (22 tez) ve Marmara (22 tez) Üniversiteleri gelmektedir. Öne çıkan bu üniversitelerde eleştirel araştırmalar bağlamında gerçekliğin çarpıtıldığını anlayışını benimsemiş çalışmalar daha fazla yapılmıştır. Anaakım yaklaşımların ağır bastığı tezlerin üniversitelere göre dağılımlarına baktığımızda ise Anadolu (25 tez) ve Gazi (30 tez) Üniversitelerinde sayıca fazla çalışma tamamlanmıştır. Sonrasında ise İstanbul (14 tez) ve Marmara (15 tez) Üniversiteleri gelmektedir.

Eleştirel ve anaakım tezler arasındaki fark üzerinden ele aldığımızda Anadolu Üniversitesi'nde (anaakım tez 25, eleştirel tez 12) anaakım, Ankara Üniversitesi'nde (eleştirel tez 47, anaakım tez 11) eleştirel anlayışın yerleşmiş ve ağır basan gelenek olduğunu Tablo 5'e bakarak söylemek mümkündür.

Evreni oluşturan çalışmaları yöntemleri üzerinden incelediğimizde içerik analizinin yüzde 44 oranla 180 tezde en fazla tercih edildiğini Tablo 6'da görebiliriz. Sonrasında ise (eleştirel) söylem çözümlemesi,²⁴ yüzde 29 oran ile 120 tezde kullanılmıştır,²⁵ Bu iki yöntem 32 tezde (yüzde 8) birlikte kullanılırken diğer yöntemler 35 tezde (yüzde 9) benimsenmiştir. Çalışmanın evrenindeki 42 tez (yüzde 10), özetinin yetersiz olması ve içeriğine erişimin mümkün olmaması nedeniyle değerlendirilememiştir.

İncelenen tezler bağlamında değerlendirmeyi daha iyi yapmak için evreni oluşturan çalışmalar Tablo 6'da üniversiteler ölçeğinde iki ayrılmıştır. 15 ve üzerinde tez yapılmış 10 üniversite (Anadolu, Ankara, Atatürk, Ege, Erciyes, Gazi, İstanbul, Kocaeli, Marmara ve Selçuk Üniversitesi) ayrı değerlendirilmiş, 15 altında tezin tamamlandığı diğer üniversiteler ise ayrı incelenmiştir.

15 ve üzeri tezin tamamlandığı 10 üniversite içerisinden ele aldığımızda, içerik analizini yöntem olarak kullanan en fazla tez Gazi Üniversitesi'nde (34 tez) tamamlanmıştır. Üniversitelerde içerik analizi yapılan tez sayısının toplam tez sayısına oranı açısından değerlendirdiğimizde bu 10 üniversite arasında Anadolu Üniversitesi yüzde 76'lık oran ile ilk sırada yer almaktadır. Bu da bize içerik analizi yönteminin diğer üniversitelere göre Anadolu Üniversitesi'nde gazete haberleri üzerine yapılan çalışmalarda daha fazla oranda kullanıldığını göstermektedir. Anadolu Üniversitesi haricinde içerik analizi yöntemiyle yapılan çalışmaların, üniversitede yapılan toplam tez sayısı içindeki oranına baktığımızda; Ankara, Marmara ve Selçuk Üniversiteleri dışında kalanlarda ağırlıklı içerik analizinin tercih edildiğini Tablo 6'da görebiliriz. Ankara, Marmara ve Selçuk Üniversitesi'nde gazete haberlerini incelemede en çok kullanılan yöntem sırasıyla yüzde 29'luk, 42'lik, 52'lik oranlar ile (eleştirel) söylem çözümlemesi olmuştur. Tez sayısına göre (eleştirel) söylem çözümlemesini en fazla seçen çalışmalar ise Ankara (18 tez) ve Marmara (18 tez) Üniversitelerinde yapılmıştır. Üniversitelerde tamamlanan tez sayısına oranladığımızda, (eleştirel) söylem çözümlemesi 15 ve üzeri tez yapılan üniversiteler arasında en düşük oranla (yüzde 5) Anadolu Üniversitesi'nde kullanırken, içerik analizi yüzde 27'lik ve 30'luk oranlarla en az Ankara ve Marmara'da tercih edilmiştir.

(Eleştirel) Söylem çözümlemesi ve içerik analizi bir arada en fazla 5 tez ile Ankara Üniversitesi'ndeki iletişim anabilim dallarında yapılan çalışmalarda tercih edilmiştir. Orantısız çerçeveden incelediğimizde ise 10 üniversite arasında yüzde 20 ile en fazla Atatürk Üniversitesi'nde yapılan

²⁴ Söylem çözümlemesi ile eleştirel söylem çözümlemesi arasında fark vardır. Türkiye'deki çalışmalarda merkezine ideoloji tartışmasını alan eleştirel söylem çözümlemesi yapılır (Özer, 2011, s. 9). İncelediğimiz tezlerde yöntemin söylem çözümlemesi olarak belirtilmesine rağmen eleştirel söylem çözümlemesi yapıldığı görülmüştür.

²⁵ Özet ya da metin kısmında herhangi bir yöntemi benimsediğini belirtmeyen ancak çalışmanın içeriğine baktığımızda gazete metinlerindeki söylemler üzerinden çözümleme yapan 17 çalışma da bu başlık altına dâhil edilmiştir.

çalışmalarda iki yöntemin birlikte uygulandığını Tablo 6’da görebiliriz. Son olarak 15 üstünde çalışmanın tamamlandığı üniversiteler özelinde gazete haberlerinin incelenmesinde ağırlıklı olarak seçilen yöntemin içerik analizi olduğunu belirtmemiz gerekir.

Tablo 6: Tezlerin Üniversitelere ve Yöntemlerine Göre Dağılımları											
Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Kullanılan Yöntemler										Toplam
	(Eleştirel) Söylem Çözümlemesi		İçerik Analizi		(Eleştirel) Söylem Çözümlemesi ve İçerik Analizi		Diğer Yöntemler		Değerlendirilemeyen		
Anadolu Üni.	2	5%	31	76%	3	7%	4	10%	1	2%	41
Ankara Üni.	18	29%	17	27%	5	8%	8	13%	14	23%	62
Atatürk Üni.	5	33%	7	47%	3	20%					15
Ege Üni.	7	25%	11	39%	3	11%	4	14%	3	11%	28
Erciyes Üni.	4	24%	11	65%	1	6%	1	6%			17
Gazi Üni.	11	17%	34	52%	4	6%	9	14%	8	12%	66
İstanbul Üni.	11	27%	20	49%	3	7%	1	2%	6	15%	41
Kocaeli Üni.	2	11%	13	72%					3	17%	18
Marmara Üni.	18	42%	13	30%	4	9%	3	7%	5	12%	43
Selçuk Üni.	12	52%	9	39%	1	4%	1	4%			23
Akdeniz Üni.	5	71%	1	14%			1	14%			7
Başkent Üni.			1	50%					1	50%	2
Beykent Üni.			1	100%							1
Fırat Üni.	3	60%	2	40%							5
Galatasaray Üni.	4	57%	1	14%	1	14%			1	14%	7
Gaziantep Üni.	2	100%									2
Girne Amerikan Üni.	1	100%									1
Hacettepe Üni.	2	100%									2
İhsan D. Bilkent Üni.	1	100%									1
İstanbul Arel Üni.	4	67%			1	17%	1	17%			6
İstanbul Aydın Üni.			1	100%							1
İstanbul Bilgi Üni.	1	33%	1	33%			1	33%			3
İstanbul Kültür Üni.	1	100%									1
İstanbul Ticaret Üni.					1	50%	1	50%			2
Kadir Has Üni.	1	50%			1	50%					2
Orta Doğu Teknik Üni.	2	29%	4	57%	1	14%					7
Yaşar Üni.	1	50%	1	50%							2
Yeditepe Üni.	1	50%	1	50%							2
Yeni Yüzyıl Üni.	1	100%									1
Toplam	120	29%	180	44%	32	8%	35	9%	42	10%	409

Tez sayılarının azlığı, 15’in altında tezin tamamlandığı üniversitelerde orantısız bir değerlendirme yapmaya imkân tanımamaktadır. Ancak yöntem dağılımlarını tez sayıları üzerinden incelemek mümkündür. (Eleştirel) Söylem çözümlemesinin en çok 5 tez ile Akdeniz Üniversitesi’nde, içerik çözümlemesinin ise en fazla 4 çalışma ile ODTÜ’de kullanıldığını Tablo 6’da görmek mümkündür. Ayrıca yukarıda belirttiğimiz gibi 15 ve üstünde tezin tamamlandığı üniversitelerde ağırlıklı kullanılan yöntem içerik analizi olurken, 15’in altında çalışmanın yapıldığı üniversitelerde çoğunlukla (eleştirel) söylem çözümlemesi tercih edilmiştir. Bunun nedenini 15’in altında tezin yapıldığı üniversitelerin yeni lisansüstü eğitime başlaması ve son dönemde daha çok (eleştirel) söylem çözümlemesinin kullanılmasıyla açıklayabiliriz. Yöntemlerin hangi dönemde ağırlıklı olarak kullanıldığı ise ileride daha ayrıntılı bir biçimde ele alınmıştır.

Tablo 6’da diğer yöntemler başlığı altında nelerin olduğuna da değirsek, öncelikle alımlama çalışmasının yok denecek kadar az olduğunu belirtmek gerekir. Diğer başlığı altına alınan tezlerde yöntem olarak nitel yöntem, kaynak tarama, çerçeveleme, semiyolojik analiz, serbest metin analizi, betimleyici çözümleme, durum tespiti yöntemi, ileti analizi, tipografi analizi gibi yöntemlerin benimsendiği belirtilmiştir.

Bibliyometrik çözümleme ile incelediğimiz gazete haberlerini konu alan 409 tezde, hipotezin kurulup kurulmadığına baktığımızda Tablo 7’ye göre yüzde 53’lük oran ile 217 tezde hipotez sınanmamıştır. 86 tezde (yüzde 21) ise hipotez sınaması yapılırken erişime açık olmaması ya da indirilen dosyaların açılmaması nedeniyle 106 tez (yüzde 26) değerlendirilememiştir.

Tablo 7: Tezlerin Üniversitelere ve Hipotez Durumlarına Göre Dağılımları							
Tezlerin Yapıldığı Üniversite	Hipotez Durumu						Toplam
	Hipotez Sınanmış		Hipotez Sınanmamış		Değerlendirilemeyen		
Akdeniz Üni.	2	29%	2	29%	3	43%	7
Anadolu Üni.	7	17%	22	54%	12	29%	41
Ankara Üni.	16	26%	20	32%	26	42%	62
Atatürk Üni.	2	13%	10	67%	3	20%	15
Başkent Üni.			2	100%			2
Beykent Üni.			1	100%			1
Ege Üni.	2	7%	11	39%	15	54%	28
Erciyes Üni.	6	35%	10	59%	1	6%	17
Fırat Üni.	2	40%	1	20%	2	40%	5
Galatasaray Üni.	1	14%	6	86%			7
Gazi Üni.	21	32%	28	42%	17	26%	66
Gaziantep Üni.			1	50%	1	50%	2
Girne Amerikan Üni.			1	100%			1
Hacettepe Üni.			2	100%			2
İhsan D. Bilkent Üni.			1	100%			1
İstanbul Arel Üni.	2	33%	3	50%	1	17%	6
İstanbul Aydın Üni.	1	100%					1
İstanbul Bilgi Üni.			3	100%			3
İstanbul Kültür Üni.			1	100%			1
İstanbul Ticaret Üni.			1	50%	1	50%	2
İstanbul Üni.	4	10%	31	76%	6	15%	41
Kadir Has Üni.			2	100%			2
Kocaeli Üni.	7	39%	5	28%	6	33%	18
Marmara Üni.	3	7%	31	72%	9	21%	43
Orta Doğu Teknik Üni.			6	86%	1	14%	7
Selçuk Üni.	8	35%	13	57%	2	9%	23
Yaşar Üni.			2	100%			2
Yeditepe Üni.	1	50%	1	50%			2
Yeni Yüzyıl Üni.	1	100%					1
Toplam	86	21%	217	53%	106	26%	409

En fazla Ankara ile Gazi Üniversitelerinde 16 ve 21 tezde hipotez sınaması yapılmıştır. Ancak bu üniversitelerde de hipotezin sınanmadığı tez sayısının daha fazla olduğunu Tablo 7’de görebiliriz. Diğer taraftan hipotez sınanmayan en fazla tezin yapıldığı üniversiteler, 31’er çalışma ile İstanbul ve Marmara’dır. Ayrıca bu üniversitelerde tamamlanan toplam tez sayısına, hipotez sınanan çalışmaları oranladığımızda yüzde 10 ve 7 gibi oldukça düşük oranların çıktığını söylememiz gerekir.

İçerik çözümlemesi yöntemi ile hipotez kurulma ilişkisini inceleyecek olursak Tablo 6 ve 7 karşılaştırmasını yapmamız gerekir. İlk olarak en fazla içerik çözümlemesi yönteminin kullanıldığı ve hipotezin sınındığı üniversitenin Gazi Üniversitesi olduğunu söylemeliyiz. Ancak Anadolu ve İstanbul Üniversitelerinde 31 ve 20 tezde içerik çözümlemesinin kullanılmasına rağmen hipotezin sınındığı çalışma sayısının düşük olması, içerik çözümlemesi yöntemi ile hipotez sınaması yapılması arasında doğru orantı olduğu çıkarımını yapmamızı engellemektedir. Kısacası, ampirik çizgide olmaları nedeniyle her ne kadar ilk bakışta içerik çözümlemesi yönteminin kullanıldığı çalışmalarda hipotez sınama oranının yüksek olduğu gibi anlayış hâkim olsa da Tablo 6 ve 7'deki verilerin karşılaştırılması bu varsayımı yanlışlamaktadır.

Üniversitelerin iletişim anabilim dalları altında yapılan tezlerde incelenen gazeteleri yerel, ulusal, yabancı ile ulusal ve yabancı basın başlıklarında sınıflandırmak, ideolojinin üniversiteler özelinde ağırlıklı olarak hangi kapsamda ele alındığı hakkında bilgi sahibi olmamızı sağlamıştır. Tablo 8'e bakarsak evreni oluşturan tezlerin yüzde 83'ünde (340 tez), ulusal çapta basılan gazetelerin ele alındığını söyleyebiliriz. Geriye kalanların yüzde 5'inde²⁶ (19 tez) yerel gazeteleri, yüzde 5'inde (19 tez) yabancı gazeteleri, yine yüzde 5'inde (19 tez) ise ulusal ve yabancı basını bir arada konu alan tezler yapılmıştır. Özet kısımlarının yetersiz kalması ya da erişime açık olmamaları nedeniyle yüzde 3 (12 tez) oranında çalışma değerlendirilememiştir.

Üniversitelerde tamamlanan toplam tez sayısına göre yerel basını ele alan çalışmaların oranının en yüksek olduğu üniversiteler, toplam tez sayısı düşük olan Gaziantep (yüzde 100) ile Selçuk'tur (yüzde 22). Sayısal olarak ele aldığımızda da 5 çalışma ile yerel basın en fazla Selçuk Üniversitesi'nde incelenmiştir. 15 ve üzerinde tezin tamamlandığı üniversiteler arasında Ankara ve Kocaeli'de yerel basın hiçbir tezde tartışma konusu edilmemiştir.

Türkiye'de yerel basının belirli yerlerde geliştiğini ve genel anlamda da ayakta durması için yerel siyasi oluşumların ya da sivil toplum kuruluşlarının desteğine ihtiyacının olduğunu göz önüne alırsak içeriklerinin ideolojik olarak sorgulanmaya ihtiyacı olduğunu söyleyebiliriz. Ancak bununla birlikte Tablo 8'e göre yerel basın yüksek lisans tezlerinde oldukça düşük seviyede konu edilmesi, bu alanda araştırmaların yapılması ihtiyacını bize göstermektedir.

Tablo 8'de ulusal basının en fazla konu edildiği çalışma Ankara (56) ve Gazi'de (55) yapılmıştır. Ulusal basının tezlerde hiç konu edilmediği Gaziantep ve Yaşar Üniversitesi'nin bu durumu ise yapılan tez sayılarının düşük olması ile açıklanabilir.

Son olarak yabancı basının en fazla 4 çalışma ile İstanbul'da ele alındığını Tablo 8'de görebiliriz. Gazi Üniversitesi'nde yapılan 4 çalışmada ise ulusal ve yabancı basını aynı anda incelenmiştir. Yabancı basını kapsamına alan çalışmaların bu kadar az yapılması, Türkiye'de yaşanan yabancı dil problemiyle açıklanabilir gibi görünse de yabancı dilde eğitim yapan Galatasaray ve Bilgi Üniversiteleri ile ODTÜ'de de yabancı basının inceleme konusu yapılması düşük seviyede kalmıştır.

Genel olarak Tablo 8'e baktığımızda ulusal basının tartışıldığı çalışmalar ağır basmakla birlikte Anadolu, Gazi, İstanbul, Marmara Üniversitelerinde her kapsamdaki gazeteler inceleme konusu edilmiştir.

²⁶ Ege Üniversitesi'nde ulusal ve yerel basını aynı anda ele alan iki çalışma yerel başlığı altına alınmıştır.

Tablo 8: Tezlerin Üniversitelere ve Tezlerde İncelenen Gazetelerin Kapsamına Göre Dağılımları											
Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler	Gazete Kapsamları										Toplam
	Yerel Basın		Ulusal Basın		Yabancı Basın		Ulusal ve Yabancı Basın		Değerlendirilemeyen		
Akdeniz Üni.			7	100%							7
Anadolu Üni.	1	2%	36	88%	2	5%	1	2%	1	2%	41
Ankara Üni.			56	90%	3	5%	1	2%	2	3%	62
Atatürk Üni.	2	13%	10	67%			2	13%	1	7%	15
Başkent Üni.			2	100%							2
Beykent Üni.			1	100%							1
Ege Üni.	2	7%	23	82%	1	4%	1	4%	1	4%	28
Erciyes Üni.	1	6%	15	88%			1	6%			17
Fırat Üni.			5	100%							5
Galatasaray Üni.			6	86%	1	14%					7
Gazi Üni.	2	3%	55	83%	4	6%	4	6%	1	2%	66
Gaziantep Üni.	2	100%									2
Girne Amerikan Üni.			1	100%							1
Hacettepe Üni.			2	100%							2
İhsan D. Bilkent Üni.			1	100%							1
İstanbul Arel Üni.			6	100%							6
İstanbul Aydın Üni.			1	100%							1
İstanbul Bilgi Üni.			3	100%							3
İstanbul Kültür Üni.			1	100%							1
İstanbul Ticaret Üni.			2	100%							2
İstanbul Üni.	1	2%	31	76%	4	10%	3	7%	2	5%	41
Kadir Has Üni.			2	100%							2
Kocaeli Üni.			12	67%	1	6%	2	11%	3	17%	18
Marmara Üni.	2	5%	36	84%	1	2%	3	7%	1	2%	43
Orta Doğu Teknik Üni.	1	14%	6	86%							7
Selçuk Üni.	5	22%	17	74%			1	4%			23
Yaşar Üni.					2	100%					2
Yeditepe Üni.			2	100%							2
Yeni Yüzyıl Üni.			1	100%							1
Toplam	19	5%	340	83%	19	5%	19	5%	12	3%	409

Tezlerin Yıllara Göre Dağılımları

Üniversitelere göre dağılımlarını ele aldığımız kısımda olduğu gibi bu başlık altında da tezler anabilim dalı, yöntem, konu, kuramsal yaklaşım, kapsam ve hipotez durumlarına göre değerlendirilmiştir.

Öncelikle anabilim dallarına göre evrendeki çalışmaların dağılımını ele alırsak, birinci dönemde sadece gazetecilik anabilim dalında tezin tamamlandığını Tablo 9'da görebiliriz. Ancak bu dönemdeki çalışmaların yüzde 79'unun değerlendirilemediğine dikkat edersek dönem hakkında genel bir çıkarım yapmamızın mümkün olmadığını söylemeliyiz. Değerlendiremem oranının bu kadar yüksek olması ise eski tarihli çalışmaların künyelerinin eksik girilmesinden kaynaklanmaktadır. İkinci dönemde diğer anabilim dalları²⁷ dışında her anabilim dalında çalışma yapılmıştır (Tablo 9). En fazla çalışma ise gazetecilik anabilim dallarında (33 tez) tamamlanmıştır. Tablo 9'daki üçüncü döneme bakarsak diğer dönemlerde olduğu gibi bu dönemde de en fazla çalışma 168 tez ile gazetecilik anabilim dalları altında teslim edilmiştir.

²⁷ Diğer anabilim dallarına önceki başlıkta değinilmiştir.

Tablo 9: Tezlerin Yıllara ve Anabilim Dallarına Göre Dağılımları				
Anabilim Dalları	Tezlerin Yapıldığı Dönem			
	1. Dönem 1985-1997	2. Dönem 1998-2005	3. Dönem 2006-2016	Toplam
Basın Yayın		7	18	25
		8%	6%	6%
Gazetecilik	4	33	168	205
	21%	39%	55%	50%
Halkla İlişkiler ve Tanıtım		7	37	44
		8%	12%	11%
İletişim Bilimleri		3	25	28
		4%	8%	7%
Radyo Televizyon (ve Sinema)		7	29	36
		8%	10%	9%
Diğer Anabilim Dalları			21	21
			7%	5%
Değerlendiremeyen	15	28	7	50
	79%	33%	2%	12%
Toplam	19	85	305	409

Anabilim dallarında yapılan tezlerin sayıca ve dönem içerisindeki toplam tez sayısına oranlarındaki değişimini ele aldığımızda iletişim bilimleri ile diğer anabilim dalları başlığı altında yapılan çalışmalara ait veriler önemlidir.²⁸ İletişim bilimlerinde ikinci dönemden üçüncü döneme tez sayısı 3'ten 25'e çıkmış ve 8,3 kat artmıştır. Diğer anabilim dallarında ise ikinci dönemde hiç çalışma yapılmamışken üçüncü dönemde 21 tez tamamlanmıştır. Buradaki artışın fazla olmasının nedeni diğer anabilim dalları altına aldığımız bölümlerin sayıca (9 bilim ya da anabilim dalı) çok ve son dönemde açılmış olmalarıdır. Anabilim dalında yapılan çalışmaların orantısal artışı yine en fazla iletişim bilimlerinde (yüzde 4'ten 8'e) olmuştur. Basın yayın anabilim dalı altında yapılan çalışmalarda sayıca bir artış olmasına rağmen orantısal (yüzde 8'den 6'ya) bir düşüş yaşanmıştır.

Gazete haberleri üzerine yapılan yüksek lisans tezlerinde ön plana çıkan konunun yıllara göre dağılımına baktığımızda, birinci dönemde toplumsal cinsiyet, kimlik, sağlık ve kültür üzerinden ideolojinin çözümlenmediğini Tablo 10 görebiliriz. İkinci dönemde sağlık ve spor konusunda tez yapılmamışken üçüncü dönemde her konuda çalışma yapılmıştır.

Konular özelinde üç dönemde de ağırlıklı olarak güncel siyaset çalışılmıştır. Tezlerdeki çalışma konularının dönemlere göre değişimlerini ele aldığımızda, spor dışındaki her alanda yapılan çalışma

²⁸ İnceleyeceğimiz tablolardaki oranlamalar dönemde tamamlanan toplam tez sayısına göre yapılmıştır. Örneğin birinci dönemde gazetecilik anabilim dalında yapılan beş tezin gazetecilik başlığı altında yapılmış tüm tezlere oranı değil, birinci dönemde yapılan toplam tez sayısına oranı verilmiştir. Çalışmadaki amacımızın dönemlere göre tezlerin değişimini ele almak olduğu için böyle bir oranlama tercih edilmiştir. Tabloların toplam sütununda bir başlıktaki toplam tez sayısına ve bunların evrene göre oranlarına yer verilmiştir. Bu değerler tezlerin üniversitelere göre dağılımlarını incelediğimiz tablolardaki yatay toplam sütunu ile aynı olduğu için burada tekrar değerlendirilmemiştir. Toplam satırında ise her dönemde yapılan tez sayısı gösterilmiştir.

sayısında artış olmuştur. En fazla artış ise 100 tez ile (38'den 138'e) güncel siyaset alanında, ikinci dönemden üçüncü döneme geçişte yaşanmıştır.

Tablo 10: Tezlerin Yıllara ve Konularına Göre Dağılımları				
Konular	Tezlerin Yapıldığı Dönemler			
	1. Dönem 1985-1997	2. Dönem 1998-2005	3. Dönem 2006-2016	Toplam
Güncel Siyaset	6	38	138	182
	32%	45%	45%	44%
Toplumsal Cinsiyet		5	26	31
		6%	9%	8%
Kimlik		8	45	53
		9%	15%	13%
Ekonomi	2	6	14	22
	11%	7%	5%	5%
Çevre	2	4	5	11
	11%	5%	2%	3%
Sağlık			12	12
			4%	3%
Kültür		3	7	10
		4%	2%	2%
Spor	2		6	8
	11%		2%	2%
Şiddet	1	10	32	43
	5%	12%	10%	11%
Diğer	4	10	20	34
	21%	12%	7%	8%
Değerlendirilemeyen	2	1		3
	11%	1%		1%
Toplam	19	85	305	409

Dönemlerde yapılan toplam tez sayısına bir konuda yapılan tez sayısını oranladığımızda, birinci dönemden ikinci döneme geçişte ekonomi, çevre ve spor alanlarında düşüş olurken diğerlerinde artış olmuştur. İkinci dönemden üçüncü döneme geçişte ise sadece toplumsal cinsiyet, kimlik, sağlık ve spor konularında orantısız artış görülmüştür. Çevre konusunda üç dönemde de orantısız bir azalma olduğu Tablo 10'da dikkat çekmektedir. Orantısız anlamda en fazla artış ise kimlik konusunda gerçekleşmiştir. Birinci dönemde kimlik konusu hiçbir tezde tartışılmazken ikinci dönemde yüzde 9, üçüncü dönemde de yüzde 15 gibi bir oranla ele alınmıştır (Tablo 10).

Evrendeki çalışmaların kuramsal yaklaşımlarının yıllara göre nasıl değişim gösterdiğini Tablo 11 üzerinden incelersek her dönemde her kuramsal yaklaşım altında yapılan tez sayısında artış olmuştur. Anaakım tezler ile eleştirel tezleri karşılaştırdığımızda eleştirel araştırmalardaki artış daha fazladır. Eleştirel çalışmalar özelinde gerçekliğin inşa edildiğini savunan tezlerde yaşanan artış gerçekliğin çarpıtıldığını benimseyen çalışmalara göre daha fazladır. Birinci dönemde 1, ikinci dönemde 12, üçüncü dönemde 69 tezde gerçekliğin inşası vurgulanmıştır.

Tablo 11: Tezlerin Yıllara ve Kuramsal Yaklaşımlarına Göre Dağılımları						
Kuramsal Yaklaşımlar		Tezlerin Yapıldığı Dönemler				Genel Toplam
		1. Dönem 1985-1997	2. Dönem 1998-2005	3. Dönem 2006-2016	Toplam	
Anaakım Yaklaşımların Ağır Bastığı Tezler		11	36	104	151	151
		58%	42%	34%	37%	37%
Eleştirel Yaklaşımların Ağır Bastığı Tezler	Gerçekliğin Çarpıtıldığını Savunan Tezler	2	31	110	143	225
		11%	36%	36%	35%	
	Gerçekliğin İnşa Edildiğini Savunan Tezler	1	12	69	82	55%
		5%	14%	23%	20%	
Değerlendirilemeyen		5	6	22	33	33
		26%	7%	7%	8%	8%
Toplam		19	85	305	409	409

Tezlerin kuramsal yaklaşımlarına göre dağılımlarını bir dönemde yapılan toplam tez sayısına oranladığımızda, anaakım çalışmalar bir düşüş içerisinde. Eleştirel tezler toplamda orantısız olarak bir yükselmeye olsa da gerçekliğin çarpıtıldığını savunan araştırmalarda birinci dönemden ikinci döneme geçişte (yüzde 11'den 36'ya) orantısız bir artış görülmekle birlikte, ikinci dönemden üçüncü döneme geçişte orantısız bir değişiklik olmamıştır. Gerçekliğin inşa edildiği anlayışını benimseyen çalışmalarda ise her dönemde orantısız bir yükselme görülmüştür.

Gazete haberlerini konu almış tezlerdeki çözümlemenin dönemlere göre hangi yöntemler ile ele alındığını incelediğimizde, içerik analizinin birinci dönemde 12 tez ile o dönem içerisinde yapılmış tüm çalışmaların yüzde 63'ünde kullanıldığını Tablo 12'de görebiliriz. Bu dönemde (eleştirel) söylem çözümlemesi ise 3 çalışma ve yüzde 16 oranında yöntem olarak benimsenmiş, iki yöntemin bir arada kullanıldığı çalışma ise yapılmamıştır.

İkinci dönemde 38 çalışma ve yüzde 45 oran ile içerik analizi ideoloji çözümlemesinde yöntem olarak tercih edilmiştir. Ancak tez sayısında sayıca artış olsa bile bu yöntemin dönem içerisinde yapılan tez sayısına göre oranının birinci dönemden ikinci döneme geçişte düştüğüne (yüzde 63'den yüzde 45'e) Tablo 12'de dikkat çekmek gerekir. (Eleştirel) Söylem çözümlemesi yöntemi ise bu dönemde 11 çalışmada ve dönem içerisindeki tezlerin yüzde 13'ünde kullanılmıştır. Bu dönemde ayrıca iki yöntemin bir arada ve diğer yöntemlerin²⁹ de tezlerde kullanıldığını Tablo 12'de görebiliriz.

Üçüncü dönemde yapılan çalışmalarda yine içerik analizi 130 tez ve yüzde 43 oranla en fazla benimsenen yöntem olmuştur. (Eleştirel) Söylem çözümlemesi ise 106 çalışma ve yüzde 35 oranla ikinci sırada gelmektedir. Burada dikkat çeken nokta ise birinci ve ikinci dönemlere göre hem tez sayısı hem de oranında içerik analizi ve (eleştirel) söylem çözümlemesi arasındaki farkın daha az

²⁹ Tezlerin üniversitelere göre dağılımlarının incelendiği bölümde diğer yöntemler başlığı altında yer alan yöntemlere örnekler verildiği için burada tekrar edilmemiştir.

olduğudur. Bu dönemde ayrıca iki yöntemin bir arada kullanıldığı ve diğer yöntemler ile yapılan çalışmalarda da artış olmuştur (Tablo 12).

Tablo 12: Tezlerin Yıllara ve Yöntemlerine Göre Dağılımları				
Kullanılan Yöntemler	Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler			
	1. Dönem 1985-1997	2. Dönem 1998-2005	3. Dönem 2006-2016	Toplam
(Eleştirel) Söylem Çözümlemesi	3	11	106	120
	16%	13%	35%	29%
İçerik Analizi	12	38	130	180
	63%	45%	43%	44%
(Eleştirel) Söylem Çözümlemesi ve İçerik Analizi		3	29	32
		4%	10%	8%
Diğer Yöntemler		7	28	35
		8%	9%	9%
Değerlendirilemeyen	4	26	12	42
	21%	31%	4%	10%
Toplam	19	85	305	409

Tablo 12'den hareketle tüm yöntemler ile yapılan çalışma sayılarında artış olduğunu söyleyebiliriz. Ancak burada dikkat etmemiz gereken nokta, bir dönemde belli bir yöntem ile yapılmış çalışma sayısının, o dönemdeki toplam tez sayısına oranında nasıl değişim yaşandığıdır. Sadece oranlar üzerinden incelediğimizde içerik analizi ile yapılan çalışmaların dönem içerisindeki oranının sırasıyla yüzde 63, 45, 43 olduğunu Tablo 12'de görüyoruz. Buradan içerik analizi yönteminin kullanılmasında orantısal olarak bir düşüşün yaşandığını söyleyebiliriz. Aynı şekilde diğer yöntemler ile yapılan tezlerin sayısında artış olmasına rağmen orantısal artış (yüzde 8'den 9'a çıkmış) çok fazla olmamıştır.

(Eleştirel) Söylem çözümlemesinin dönemlere göre orantısal değişiminde, birinci ve ikinci dönemde yüzde 16'dan 13'e bir düşüş söz konusu iken üçüncü dönemde bu yöntem ile yapılan çalışmaların o dönem içerisindeki tezlere oranı yüzde 35'e çıkmıştır. Bu da yukarıda değindiğimiz içerik analizi ve (eleştirel) söylem çözümlemesi arasındaki farkın son dönemde kapanmasına neden olmuştur. (Eleştirel) Söylem çözümlemesindeki orantısal artışı iki yöntemin kullanıldığı çalışmalarda da görmek mümkündür. İkinci dönemde iki yöntemin de bir arada kullanıldığı tezlerin oranı yüzde 4 iken üçüncü dönemde yüzde 10'a çıkmıştır. (Eleştirel) Söylem çözümlemesi ile içerik çözümlemesinin bir arada kullanıldığı tez sayılarındaki artışın 10 kat civarında olması oldukça önemlidir. Orantısal olarak ikinci dönemden üçüncü döneme geçişte (eleştirel) söylem çözümlemesinde 2,6 (yüzde 13'den 35'ya), (eleştirel) söylem çözümlemesi ve içerik analizinin bir arada kullanıldığı tezlerde ise 2,5 (yüzde 4'ten yüzde 10'a) artış olmuştur (Tablo 12). Bu noktadan baktığımızda, orantısal artışın sürmesi durumunda, (eleştirel) söylem çözümlemesi yönteminin tek başına ya da içerik analizi ile birlikte gelecekteki çalışmalarda ağırlıklı kullanılacağını söyleyebiliriz.

Tablo 13: Tezlerin Yıllara ve Hipotez Durumlarına Göre Dağılımları				
Hipotez Durumu	Tezlerin Yapıldığı Dönemler			
	1. Dönem 1985-1997	2. Dönem 1998-2005	3. Dönem 2006-2016	Toplam
Hipotez Sınanmış	1	7	78	86
	5%	8%	26%	21%
Hipotez Sınanmamış	4	19	194	217
	21%	22%	64%	53%
Değerlendirilemeyen	14	59	33	106
	74%	69%	11%	26%
Toplam	19	85	305	409

Gazete haberleri üzerinden ideoloji tartışması yürüten çalışmalarda hipotezin sınanıp sınanmadığını dönemler üzerinden ele alırsak, öncelikle birinci ve ikinci dönemde yüzde 74 ve yüzde 69 oranında çalışmanın erişime açık olmaması nedeniyle değerlendirilemediğine dikkat çekmemiz gerekir (Tablo 13). Bu durum söz konusu dönemlerin incelenmesinde önemli bir sınırlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Ama yine de sayısal ve orantısal olarak iki dönemde de hipotezin sınanmadığı çalışmaların fazla olduğunu söylemek gerekir. Üçüncü dönemde ise 305 çalışma içerisinde 194 tezde (yüzde 64) hipotez sınaması yapılmadığını Tablo 13'te görebiliriz. Yukarıda belirttiğimiz gibi değerlendirilemeyen çalışma sayısının fazla olmasına rağmen tüm dönemler üzerinden incelediğimizde orantısal olarak en fazla hipotezin sınanmadığı çalışma üçüncü dönemdedir.

Gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinde dönemlere göre ideolojinin hangi kapsamda ele alındığına baktığımızda, ulusal basının tüm dönemlerde ağırlıklı olarak tartışma konusu yapıldığını Tablo 14'te görebiliriz. Dönemler özelinde ise birinci dönemde sadece yerel ve ulusal basının çalışmalara konu olduğunu söylemek gerekir. Yerel basın bu dönemde 2 (yüzde 11) çalışmada tartışılmıştır. Ulusal basının ele alındığı çalışmalar ise 16 tez ve yüzde 84'lük oranla karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 14'e göre ikinci dönemde tüm başlıklar altında tez yapılmıştır. Ancak yerel basının, yabancı basının, ulusal ve yabancı basının birlikte ele alındığı çalışmalar yüzde 4, 4 ve 1'lik oranlar ile oldukça düşük seviyededir. Dönemde yapılan toplam tez sayısına göre alınan oranları bir önceki dönemle ile karşılaştırdığımızda ikinci dönemde yerel basın çalışmalarında yüzde 11'den 4'e düşüş olmuştur. Ulusal basını ele alan tezlerde ise orantısal olarak bir değişim söz konusu değildir. Bununla birlikte yerel basını konu alan çalışmalar dışında birinci dönemden ikinci döneme geçişte tüm başlıklar altındaki tez sayılarında artış olmuştur. En fazla artış ise 16 tezdten 71 teze çıkan ulusal basın konulu tezlerde yaşanmıştır.

Tablo 14 üzerinden üçüncü döneme odaklandığımızda, evrendeki tezlerde ulusal basın ağırlığını (yüzde 84) korumakla birlikte diğer çalışmalarda da sayısal ve orantısal anlamda artışlar yaşanmıştır. En fazla yükselme ise tez sayısı 1'den 18'e çıkan ulusal ve yabancı basının bir arada ele alındığı araştırmalarda gerçekleşmiştir.

Tablo 14: Tezlerin Yıllara ve İnceleme Ölçeklerine Göre Dağılımları				
İncelenen Evrenler	Tezlerin Yapıldığı Dönemler			
	1. Dönem 1985-1997	2. Dönem 1998-2005	3. Dönem 2006-2016	Toplam
Yerel Basın	2	3	14	19
	11%	4%	5%	5%
Ulusal Basın	16	71	253	340
	84%	84%	83%	83%
Yabancı Basın		3	16	19
		4%	5%	5%
Ulusal ve Yabancı Basın		1	18	19
		1%	6%	5%
Değerlendirilemeyen	1	7	4	12
	5%	8%	1%	3%
Toplam	19	85	305	409

Sonuç

Bibliyometrik yöntemi kullanarak gazete haberlerini konu alan ve ideoloji tartışması yürüten yüksek lisans tezlerini değerlendirdiğimiz bu çalışmada 409 tezin üniversitelere ve yıllara göre nasıl bir dağılım gösterdiği ortaya konulmuştur. Yapılan incelemenin sonuçlarına göre Türkiye’de iletişim anabilim dalları altında gazete haberlerini konulaştıran ilk yüksek lisans tezi, 1985 yılında Anadolu Üniversitesi’nde kabul edilmiştir. Bu tarihten 2017 yılına kadar yapılan tez sayısı yıl bazında genellikle yükselerek devam etmiş³⁰ özellikle 2006 sonrası önemli miktarda artış yaşamıştır. 1985 – 2006 arası 104 tez tamamlanırken 2006 sonrası 305 çalışma teslim edilmiştir.

Orantısal olarak incelediğimizde evrendeki tezlerin yüzde 75’ü Anadolu, Ankara, Ege, Gazi, İstanbul, Marmara ve Selçuk Üniversitelerinde yapılmıştır. Bunun nedeni ise Türkiye’de iletişim eğitiminin önce bu üniversitelerde başlamasıdır. Eğitimin erken başlamasına rağmen sadece Marmara Üniversitesi’nde gazete haberlerini konu alan tezler 1990’ların ikinci yarısından itibaren yapılmaya başlanmıştır. Bu verilerden hareketle gazete haberlerinin içeriği üzerinden ideoloji tartışmasının iletişim alanında lisansüstü eğitimin başladığından itibaren yapıldığını söylemek mümkündür.

Anabilim dalı özelinde evrendeki çalışmaların yüzde 50’si gazetecilikte yapılmıştır. Bu noktada Ankara ve Gazi Üniversitelerinin Gazetecilik Anabilim Dalları sayıca fazla çalışma tamamlanması nedeniyle ön plana çıkmaktadır. Gazetecilik anabilim dalında yapılan çalışmalar evrenin önemli bir çoğunluğunu oluştururken özellikle 2006 sonrası halkla ilişkiler ve radyo televizyon ve sinema anabilim dalları altında da gazete haberi üzerinden ideoloji tartışması yapıldığı görülmüştür. Bu da iletişim alanının alt dalları arasında sınırların net olmadığını ve geçişkenliliğin 2006 sonrası arttığını bize göstermiştir. Bu geçişkenlik özellikle halkla ilişkiler anabilim dalında gazete haberlerini konu alan en çok tezin yapıldığı Ankara Üniversitesi’nde daha belirgindir.

³⁰ Bu artış sadece gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezleri bağlamında yaşanmamıştır. Türkiye’de 1985 sonra lisansüstü eğitim için birçok iletişim anabilim dalı açılmıştır. Bu duruma bağlı olarak da öğrenci ve yapılan tez sayısı yıllar içerisinde artış göstermiştir.

Konu bağlamında ele aldığımızda, evrendeki tezlerde güncel siyaset diğerlerine oranla daha fazla tartışılmıştır. Ancak 2006 sonrası kimlik konusu üzerinden yapılan ideoloji tartışmalarında önemli miktarda orantısız artış (yüzde 9'dan 15'e) vardır. Bu bize kültür odaklı tartışmaların yükselme içerisinde olduğunu göstermektedir. Kimlik konusunun en çok tartışıldığı okul Ankara Üniversitesi'dir. Güncel siyaset ise en fazla Ankara ve Gazi Üniversitelerinde yapılan tezlerde ele alınmıştır. Bunlara ek olarak siyaseti merkezine alan çalışmalar yüksek lisans tezlerinde hâkimiyetini kurmuşken spor gibi toplumsal yaşamda yer edinmiş konular üzerinden ideoloji tartışması daha geri planda kalmıştır.

Evrendeki çalışmaların kuramsal yaklaşımlarında eleştirel bakış açıları daha ağır basmaktadır. Üniversiteler bağlamında kuramsal yaklaşımlar net bir biçimde iki okulda ön plana çıkmıştır. Ankara Üniversitesi'nde eleştirel, Anadolu Üniversitesi'nde de anaakım gelenek sayısal olarak ağırlığını koymuştur. Eleştirel çalışmaların alt başlıklarında gerçekliğin ideolojik biçimde çarpıtıldığını ve bunda da basının etkin bir araç olarak kullanıldığını savunan araştırmalar ise çoğunluktadır. Ancak sayısal ağırlık bu şekilde olmakla birlikte inşacı tezlerin dönemlere göre orantısız artışı (sırasıyla yüzde 5, 14, 23) daha yüksektir. Bu da konu başlığında olduğu gibi kültür temelli bakış açısının yüksek lisans seviyesinde hızla arttığının göstergesidir. Son olarak tez sayısındaki orantısız değişime değinirsek eleştirel yaklaşımlar ağırlığını arttırarak (sırasıyla yüzde 16, 50, 59) devam ettirmiş, anaakım yaklaşımların benimsenmesi ise orantısız olarak düşüş (sırasıyla yüzde 58, 42, 34) yaşamıştır.

Yöntem başlığını sayısal veriler üzerinden ele aldığımızda, evrendeki çalışmalarda içerik analizi ağırlığını korumakta, arkasından ise (eleştirel) söylem çözümlemesi gelmektedir. Özellikle 2006 yılından sonra (eleştirel) söylem çözümlemesinin tek başına ve içerik analiziyle birlikte kullanımında önemli bir orantısız artış yaşanmıştır. Sayıca fazla tezin tamamlandığı üniversiteler arasında orantısız ağırlıklara baktığımızda (eleştirel) söylem çözümlemesi Selçuk Üniversitesi'nde, içerik analizi Anadolu Üniversitesi'nde ön plandadır. Kuram ve yöntem verilerini birbiriyle ilişkilendirerek incelediğimizde ise tartışmalı bir durum ortaya çıkmaktadır. İncelediğimiz tezlerde ağırlıkla eleştirel yaklaşımların benimsenmesi ve içerik analizinin oldukça fazla çalışmada kullanılması, eleştirel çalışmalarda anaakım yöntemin tercih edildiğini bize göstermektedir. Bu da kuramsal ve yöntemsel olarak bir çelişkiye işaret etmektedir.

Evrendeki çalışmaların hipotez durumuna bakarsak gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinde hipotez kurmamak daha fazla tercih edilmiştir. Dönemsel olarak 2006 yılına kadar tamamlanmış tezlerin çoğunun içeriğine erişilemediği için bu döneme kadar yapılan çalışmalardan hipotez konusunda sağlıklı veriler elde edilememiştir.³¹ Sadece son dönemdeki tezlere bakılmış ve değerlendirme yapılabilmektedir. Yüksek miktarda tezin teslim edildiği okullar arasında ağırlıkla olmasa da Ankara ve Gazi Üniversitelerinde hipotez diğer üniversitelere göre daha fazla kurulmuş, İstanbul Üniversitesi'nde ise sayıca daha az çalışmada hipotez sınanmıştır.

Son olarak nicel veriler bağlamında evrendeki yüksek lisans tezlerini inceledikleri gazetelerin kapsamlarına göre ele aldığımızda, yerel basının oldukça düşük seviyede konu edildiğini görülmüştür. Özellikle yüksek sayıda tezin teslim edildiği üniversiteler arasında Ankara ve Kocaeli'de yerel basının hiç tartışılmaması dikkat çekicidir. Yerel basının bu derece görmezden gelinmesi 1980

³¹ 2006 öncesi yapılan tezlere bu şekilde erişimin mümkün olmaması araştırmacıların literatür hakkında bilgi edinmesinin önünde engel teşkil etmektedir. Erişilemeyen tezler ise yazar tarafından kısıtlanmış olanlar değil, dijital haliyle YÖK'e teslim edilmemiş araştırmalardır. YÖK Ulusal Tez Merkezi'nin bu konuda bir çalışma yapması ihtiyacı ortadadır.

sonrasında uygulanan neo-liberal politikaların sonucunda piyasanın ulusal basına odaklanmasının akademiye yansması biçiminde okunabilir. Bunlara ek olarak ulusal ve yabancı basının birlikte ele alındığı çalışmaların sayısında 2006 sonrası önemli bir artış (1'den 18'e) yaşanmıştır.

Kaynakça

- Aktaş, M. & Özdemir, P. (2006). *Disiplinlerarası Bir Alan Olarak Halkla İlişkiler: Türkiye'deki Akademik Çalışmalar Üzerine Niteliksel Bir İnceleme*. Sunulan Bildiri, 2. Halkla İlişkiler Sempozyumu: 21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler, Kocaeli.
- Akyürek, R. (1985). *Günlük Gazetelerin Magazin Eklerinin Biçim ve İçerik İncelemesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ateş, E. K. (2016). Bir Bilim Dalı Olarak İletişim Bilimleri Alanının Türkiye'deki Konusal Kapsam Analizi *The Journal of Academic Social Science Studies*, 51(3), 217-228. doi:http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3692.
- Atılğan, G. (2015). İdeoloji. G. Atılğan ve E. A. Aytekin (Eds.), *Siyaset Bilimi* içinde (s. 285-298). İstanbul: Yordam.
- Aydın, A. Ş. (2016). *Sağlık Haberlerinde Kadın Bedeninin Sunumu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydoğan, A. (2006). Yeni İletişim Teknolojileri Tezlerinde Neo-Klasik İktisat Paradigmasının Hegemonyası. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1), 89-112. url'si. http://ki.imge.com.tr/
- Broadus, R. N. (1987). Toward a Definition of Bibliometrics. *Scientometrics*, 12(5-6), 373-379. url'si. https://link.springer.com/journal/11192/12/5
- Çam, Ş. (2008). *Medya Çalışmalarında İdeoloji Yaklaşımlarına İlişkin Epistemolojik ve Yöntemsel Sorunlar*. Ankara: De Ki.
- Çetin, M., Yaşın, C. & Sönmez, B. (2016). Türkiye'de Halkla İlişkiler Alanındaki Doktora Tezleri Üzerinden Alanda Yapılan Çalışmaların Değerlendirilmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 43, 242-264. url'si. http://www.idealonline.com.tr/IdealOnline/lookAtPublications/paperDetail.xhtml?uId=51216
- Çilingir, A. (2017). İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme. *Akademia*, 5(1), 148-160. url'si. http://dergipark.gov.tr/erciyesiletisim/issue/27688/291891
- Demirkürek, İ. (2003). *Türkiye Basınında Azınlıklar ve Marjinal Gruplar*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli,
- Diodato, V. P. (2012). *Dictionary of Bibliometrics*: Routledge.
- Donohue, J. C. (1972). A Bibliometric Analysis of Certain Information Science Literature. *Journal of the American Society for Information Science*, 23(5), 313-317. doi:https://doi.org/10.1002/asi.4630230506
- Dursun, Ç. (2004). Türkiye'de Haber ve Habercilik Çalışmalarının Genel Bir Değerlendirmesi: 1980-2003. Ç. Dursun (Ed.), *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi* içinde (s. 89 - 147): Elips.
- Eagleton, T. (2015). *İdeoloji* (M. Özcan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

- Garfield, E. (2009). From The Science of Science to Scientometrics Visualizing The History of Science with HistCite Software. *Journal of Informetrics*, 3(3), 173-179. doi:10.1016/j.joi.2009.03.009
- Gazete, R. (13 Aralık 1979). Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Televizyon ile öğretim ve Eğitim Fakültesi (TÖEF) Doktora Yönetmeliği *Resmi Gazete*(16838 sayılı).
- Heywood, A. (2014). *Siyasi İdeolojiler*. Ankara: Adres.
- İnceoğlu, Ç. (2014). Türkiye’de Sinemayı Konu Alan Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 31-50. doi:https://dx.doi.org/10.16878/gsuilet.96674
- Kuhn, T. S. (2017). *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* (N. Kuyaş, Çev.). İstanbul: Kırmızı.
- Lancaster, F. W. (1991). *Bibliometric Methods in Assessing Productivity and Impact of Research: Sarada Ranganathan Endowment for Library Science*.
- McLellan, D. (2009). *İdeoloji*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Nicholas, D. & Ritchie, M. (1978). *Literature and Bibliometrics*. London: Clive Bingley.
- Okay, A. & Okay, A. (2008). Türkiye’de Lisans ve Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi: Tezlerin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Kantitatif Bir Çalışması (1984-2007). *Selçuk İletişim, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 5-14. url’si. http://josc.selcuk.edu.tr/article/view/1075000175
- Okubo, Y. (1997). *Bibliometric Indicators and Analysis of Research Systems: Methods and Examples*. Paris: OECD Science Technology and Industry Working Papers 1997/01, OECD Publishing.
- Osareh, F. (1996). Bibliometrics, Citation Analysis and Co-Citation Analysis: A Review Of Literature I. *Libri*, 46, 149-158.
- Özer, Ö. (2011). *Haber Söylem İdeoloji*. İstanbul: Literatürk Academia.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349. url’si. https://www.emeraldinsight.com/toc/jd/25/4
- Sarıer, O. (2014). *Halkla İlişkiler Alanında Tamamlanmış Lisansüstü Tez Çalışmalarının İncelenmesi (2003-2012)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sengupta, I. N. (1992). Bibliometrics, Informetrics, Scientometrics and Librametrics: An Overview. *Libri*, 42, 75-98.
- Tokgöz, O. (2003). Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 6(1), 9-32. url’si. http://www.ilefarsiv.com/ki/yazi_87.htm
- Tokgöz, O. (2006a). Türkiye’de İletişim Fakültelerindeki Eğitim Kadrosunun Konumu Eleştirel Bir Değerlendirme. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1), 33-70. url’si. http://www.ilefarsiv.com/ki/yazi_58.htm
- Tokgöz, O. (2006b). Türkiye’de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi. *Küresel İletişim Dergisi, Bahar*(1), 1-12. url’si. http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/
- Tokgöz, O. (2015a). Başlangıçtan Günümüze Türkiye’de İletişim Araştırmaları: Eleştirel Bir Değerlendirme. B. Yıldırım (Ed.), *İletişim Araştırmalarında Yöntemler* içinde (s. 15-46). Konya: Literatürk Academia.
- Türktaş, G. (2013). *Türkiye’de Turizm Pazarlaması Alanyazınının Gelişim Süreci (1990-2012)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Uşkul, E. (2016). *Türkiye'de Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme Alanında Yapılmış Bilimsel Yayınların Sosyal Ağ Analizi ile Değerlendirilmesi: Bir Bibliyometrik Çalışma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Ünvanlı, R. (2015). *Hekime Yönelik Şiddetin Türk Basınına Yansıması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yüksel, E. (1996). *Türk Basınının Gelişiminde Basında Ekonomi ve Ekonomi Basını: Kavram ve Kapsam Açısından Uygulamalı Bir Çalışma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir,
- Yüksel, H. (2016). Türkiye'deki Hakim İletişim Kavramsallaştırmasının Gelişimi ve Sınırlılıkları. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 38, 10-41. url'si. <http://ki.imge.com.tr/>



Goebbels Liderliğinde Nazi Almanyası'nda Propaganda Sineması

The Propaganda Cinema under Goebbels' Leadership in The Nazi Germany

Caner Çakır¹ – Mehmet Ali Gazi² - Gül Çakır³ - Öğr. Gör. Dr. Fulya Almaz⁴

Başvuru Tarihi: 05.09.2019

Kabul Tarihi: 26.12.2019

Öz

Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) 30 Ocak 1933 tarihinde iktidara gelmesi ile birlikte Almanya'da Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı kurulmuştu. NSDAP lideri Adolf Hitler, kurulan bu yeni bakanlığın başına partisinin önde gelen isimlerinden Joseph Goebbels'i getirmişti. Goebbels, bakanlığın başına geçtikten kısa bir süre sonra ülkedeki tüm medya kuruluşları üzerinde sıkı bir denetim kurma yoluna gitmişti. Goebbels, medya üzerinde kurulan sıkı denetim sayesinde, ülkedeki tüm kitle iletişim araçlarını Nazi rejiminin propaganda faaliyetleri için kullanmayı hedeflemişti. Özellikle bu aşamada sinema, Goebbels'in en önemli propaganda araçlarından bir haline gelmişti. Goebbels, Nazizm ideolojisinin kitleler üzerinde tahakküm kurabilmesinde sinemanın etkili bir propaganda aracı olacağına inanmıştı. Bundan dolayı Goebbels, propaganda bakanı olarak görev aldığı 12 yıl boyunca (1933-1945), Almanya'da dünya tarihinin en etkili propaganda filmlerinin çekilmesini sağlamıştı. Çalışmada Goebbels'in bakanlığı döneminde Almanya'da sinema sektörünün gelişim süreci, uygulanan sansürler, boykotlar, yaşanan krizler, devlet teşvikleri ve Nazi rejimi tarafından çekilen propaganda filmleri detaylı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında propaganda sinemasının dönüm noktalarından biri olan Goebbels liderliğindeki Alman sinemasına ışık tutulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Propaganda, Nazi Almanyası, Naziler, Film

Abstract

The Ministry of Public Lighting and Propaganda was established in Germany, when the National Socialist German Workers' Party (NSDAP) came to power on January 30, 1933. Adolf Hitler appointed Joseph Goebbels, one of the leading figures in his party, as minister to the ministry. Shortly after he took over the ministry, Goebbels assumed control over all media outlets in the

¹ İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, caner.caki@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1523-4649

² Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mehmetaligazi@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-9239-4187

³ Atılım Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı Yüksek Lisans Mezunlu, gulcaki06@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5501-0191

⁴ Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, fulyaalmaz@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000 0002 1537 3278

country. Goebbels sought to use all the mass media in the country for the propaganda activities of the Nazi regime, because of the strict control over the media. Especially at this stage, cinema became one of the most important propaganda tools for Goebbels. Goebbels believed that cinema would be an effective propaganda tool for Nazism ideology to dominate the masses. Therefore, Goebbels made the most effective propaganda films in world history during the 12 years he served as propaganda minister in Germany. In the study, the development process of cinema sector in Germany, censors, boycotts, crises, government incentives and propaganda films made by the Nazi regime were tried to be explained in detail. The aim of the study is to give information on German cinema led by Goebbels, one of the turning points of the propaganda cinema.

Keywords: Cinema, Propaganda, Nazi Germany, Nazis, Film

Giriş

20. yüzyılın ilk yarısı sinemanın yoğun olarak propaganda amaçlı kullanıldığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde birbirleri ile rekabet içerisinde olan Komünizm, Faşizm, Nazizm, Falanjizm gibi ideolojiler sinemayı kitleler üzerinde belirli bir etki oluşturmak ve kendi söylemlerini meşrulaştırmak amacıyla kullanmıştır. Çekilen propaganda filmleri, belirli bir siyasi görüş üzerinden izleyiciyi ikna etmek ve izleyicinin görüşlerini etkilemek için üretilmiştir. Propaganda filmleri, dönemin egemen ideolojileri tarafından üretilen yapay gerçeklikleri doğal gerçeklikler olarak inşa etmek amacıyla kullanılmıştır. Böylece egemen güçler, propaganda filmleri yoluyla kitlelerin duygularına hitap etmeyi ve istenilen ideolojik söylemleri kitlelere empoze etmeyi amaçlamıştır.

Propaganda filmlerinin ilk başarılı örnekleri Birinci Dünya Savaşı'nda üretilmeye başlanmıştır. Bu dönemde savaşan taraflar, halklarına kendilerini güçlü göstermek ve düşmanlarını itibarsızlaştırmak amacıyla kısa propaganda filmleri çekmiştir. Bu filmlerin başında 1918 ABD yapımı *Özgür Olmak İstiyorsan Sam Amca'yı Destekle* (Stake Uncle Sam to Play Your Hand) adlı propaganda filmi gelmiştir. Filmde ABD propagandası tarafından Alman İmparatorluğu'na karşı nefret söylemi inşa edilerek Amerikan halkının savaşta desteğinin alınması amaçlanmıştır. Film, ilerleyen dönemde çekilecek propaganda filmleri için öncü nitelik taşımış ve sinemanın propaganda amaçlı kullanılabileceği fikrinin gelişmesini sağlamıştır. Aynı dönemde ABD sinemasında, *Küçük Amerikalı* (The Little American, 1917), *İnanılmaz* (The Unbeliever, 1917), *Almanya'da Dört Yılım* (My Four Years in Germany, 1918), *Dünya'nın Kalpleri* (Hearts of the World, 1918) adlı propaganda filmleri de çekilmiştir. *Tüfek Omza* (Shoulder Arms, 1918) adlı propaganda filminde de dönemin ABD'li sessiz sinema yıldızı Charlie Chaplin baş rol oynamıştır (Lemaster, 1997, s.112).

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra propaganda sinemasının Sovyetler Birliği'nde gelişme gösterdiği görülmüştür. Sovyet sinemasında çekilen propaganda filmleri özellikle Komünizm ideolojisinin yüceltilmesine ve Sovyet liderleri Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in kült liderlik imajının güçlendirilmesine hizmet etmiştir. Bu filmler içerisinde 1925 yılında çekilen *Potemkin*

Zırhlısı (Броненосец Потёмкин), dünya tarihinin ilk profesyonel sinema tekniklerinin kullanıldığı propaganda filmlerinden biri olmuştur (Patalas, 2005, s.30). Film dönemin teknik imkanları gereği sessiz film olarak çekilmiş ve 1905 yılında Çarlık rejimine karşı ayaklanan denizcileri konu almıştır. Mosfilm (Мосфильм) tarafından yapılan filmde, Sovyet yönetimi Rus halkının Çar'ın ordusuna karşı mücadelesi ile 1917 Ekim Devrimi'nde verilen mücadele arasında bağ kurmayı ve böylece filmin devrim propagandası haline gelmesini amaçlamıştır. Sovyetler Birliği'nde ilerleyen süreçte *Dünya* (Земля, 1930), *Denizlerin En Mavisinden* (У самого синего моря, 1936), *Bezhin Meadow* (1937), *Yemin* (Клятва, 1938), *Berlin'in Düşüşü* (Падение Берлина, 1950) adlı propaganda sinemasında kült haline gelecek olan filmler çekilmiştir. Berlin'in Düşüşü filminde, hem Nazi Almanyası ağır bir dille eleştirilmiş hem de Sovyetler Birliği lideri Joseph Stalin'in kült liderlik propagandası yapılmıştır (Michaels, 2008, s.212).

Sinemanın propaganda açısından devrim niteliğinde yenilikler ile tanışması, Nazi Almanyası döneminde (1933-1945) gerçekleşmiştir. Almanya'da propaganda sineması, Nazilerin iktidara geldiği 1933 yılına kadar gelişmemiştir. Bunun temel nedeni Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya'da kurulan Weimar Cumhuriyeti'nin (1919-1933), 1919 yılında imzaladığı Versay Antlaşması hükümleri gereği İtilaf Devletleri ile dostane bir şekilde ilişkileri sürdürmesi olmuştur. Nitekim bu dönemde Almanya'nın saldırgan bir dış siyaset izlemesine izin verilmemiştir. Diğer yandan Almanya'nın İtilaf Devletleri'ne ödediği savaş tazminatı, yaşanan ekonomik sıkıntılar ve işsizlik gibi nedenler Alman sinemasının gelişmesi için önemli engeller teşkil etmiştir. Buna karşın 1920'li yılların başından itibaren Alman siyaset sahnesinde yer almaya başlayan antisemitist, antikapitalist ve antikomünist fikirlere sahip aşırı milliyetçi Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP), sinemanın propaganda faaliyetlerindeki öneminin farkına varmış ve propaganda sinemasının geliştirilmesinde öncü rol oynamıştır. Özellikle partinin Berlin Gauleiter'i⁵ Joseph Goebbels, sinemanın kitlelerin ideolojik fikirlerini etkilemede çok etkili olduğu görüşünü savunmuştur. Goebbels'in bu görüşü NSDAP'nin Almanya'da iktidara gelmesinden sonra da devam etmiş ve Goebbels tarafından Alman sineması NSDAP'nin propaganda faaliyetlerine hizmet eder hale getirilmiştir. Goebbels'in sinemayı propaganda amaçlı kullanma fikri, Hitler tarafından da desteklenmiş ve Goebbels tarafından hazırlatılan propaganda filmlerine büyük mali yardım yapılmıştır. Bu süreçte Goebbels, ülkede kurulan resmi sinema teşkilatları ile sinema sektörü üzerinde kontrolü elde etmiş, aynı zamanda Alman yönetmen Leni Riefenstahl gibi profesyonel isimler ile çalışarak dünya tarihinin en etkili propaganda filmlerinin çekilmesi sağlamıştır. Nazi Almanyası'nda bu dönemde *İrade'nin Zaferi* (Der Sieg des Glaubens, 1933), *Özgürlüğün Günü: Wehrmacht'ımız* (Tag der Freiheit: Unsere Wehrmacht, 1935), *Jud Süß* (1940), *Ebedi Yahudi* (Der ewige Jude, 1940), *Polonya'ya Sefer* (Feldzug in Polen, 1940), *Führer'e Yürüyüş* (Der Marsch zum Führer, 1940), *Rothschildler* (Die Rothschilds, 1940), *Batı'da Zafer* (Sieg im Westen, 1941), *Kolberg* (1945) adlı propaganda filmleri çekilmiştir.

Goebbels'in teşviki ile sinemada pek çok yenilik uygulamaya sokulmuş, Alman sineması dönemin en prestijli Amerikan filmleri ile boy ölçüşebilecek noktaya gelmiştir. Buna karşın

⁵ Belirli bir bölgenin kontrolünü üstlenen, Hitler tarafından atanan ve yine Hitler tarafından görevden alınan NSDAP yöneticisi.

hazırlanan filmlerin önemli bir kısmında Nazi rejiminin ve Nazizm ideolojisinin doğrudan propagandasına yer verilmiş, Alman sinemasının propaganda kavramı ile özdeşleştirilmesine yol açılmıştır. Çalışma kapsamında Goebbels'in propaganda bakanlığı döneminde Alman sinemasına ışık tutulmaya çalışılmış, böylece Goebbels'in liderliğinde sinemanın etkin bir propaganda aracı olarak kullanılabilmesi için hangi evrelerden geçildiğinin açıklanması amaçlanmıştır.

NSDAP İktidarından Önce Alman Sineması

Almanya'da sinemanın tarihi Max Skladanowsky ve Emil Skladanowsky kardeşler tarafından 1 Kasım 1895 tarihinde gerçekleştirilen kısa film gösterisi ile başlamıştı (Eisner, 2008, s.7). Skladanowsky kardeşler tarafından hazırlanan kısa film gösterisinin ardından Alman sineması, Guido Seeber ve Oskar Messter gibi Alman yapımcıların katkıları ile hızlı bir gelişim sürecine girmişti. Almanya'da üretilen filmlerin yanında çeşitli Avrupa ülkelerinden de film ithal edilmeye başlanmıştı. Filmlerin bu dönemde sessiz olması, dil sorununun oluşmasını engellemiş ve farklı ülkelerde de filmlerin izlenebilme olanağının oluşmasını sağlamıştı. 1910'lu yıllardan itibaren Almanya'da ilk profesyonel filmler çekilmeye başlanmıştı. Özellikle Stellan Rye ve Paul Wegener yönetmeliğindeki *Der Student von Prag* (Prag'ın Öğrencisi, 1913) adlı uzun metrajlı film, Alman sinemasında yaşanan gelişimin mihenk taşı olarak ön plana çıkmıştı (Bär, 2005, s.552). Bu dönemde Alman seyircisi tarafından büyük ilgi gören filmlerin devamı niteliğindeki filmler çekilmiş ve zaman içerisinde Almanya'da dizi-film kültürü oluşmaya başlamıştı. Aynı yıllarda Alman sinemasının ilk sinema yıldızları da ortaya çıkmıştı. Sinema yıldızları, Alman toplumunun sosyal hayatında önemli fenomenler haline gelmiş ve kimi yıldızlar Alman vatandaşları için kült kişiliklere dönüşmüştü.

Alman İmparatorluğu'nun 1914 yılında İtilaf Devletleri'ne karşı Birinci Dünya Savaşı'na girmesinden sonra Alman sinemasında köklü değişiklikler yaşanmıştı. Almanya ilk olarak savaş halinde olduğu ülkelerin filmlerini boykot ederek ülkede yayınlanmasına izin vermemişti. Daha sonra 1917 yılında Alman film şirketi Universum Film AG (UFA) kurulmuştu. UFA'nın kurulması, Alman propaganda sinemasının da miladı olmuştu. Almanya, İtilaf Devletleri'nin propaganda filmlerine yönelik olarak UFA bünyesinde karşı propaganda filmleri hazırlamaya başlamıştı. Bu aşamada UFA'ya doğrudan Alman hükümetinin müdahalesi söz konusu olmuştu. UFA bünyesinde uzun metrajlı, belgesel formatında propaganda filmlerinin çekilmesi planlanmıştı. Buna karşın 1918 yılında Almanya'nın Birinci Dünya Savaşı'nda ayrılmasıyla birlikte planlanan propaganda filmlerinin çekilmesi mümkün olmamıştı. 1920'li yıllarında başında UFA özelleştirilmiş ve başlangıçtaki amacından farklı olarak propaganda filmleri yerine eğlence filmleri üretmeye başlamıştı. Alman sinemasında eğlence filmlerinin yanı sıra suç ve macera konuları da ön plana çıkmıştı. Bu süreç Alman sinemasında hızlı bir gelişimin yaşanmasını sağlamıştı. Almanya genelinde yüzlerce sinema filmi çekilmiş, binlerce sinema salonu açılmış ve milyonlarca sinema izleyicisine ulaşılmıştı. Diğer yandan filmlerin profesyonelleşme süreci bu dönemde de devam etmiş, UFA'da *Die Nibelungen* (1924) ve *Faust* (1926) gibi önemli yapıtlar üretilmişti. *Die Nibelungen*, bir Orta Çağ destanını konu edinmişti (Hauer, 1990, s.103). UFA, Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan Hollywood filmlerine rakip olabilecek noktaya gelmişti (Frodon, 1998, s.71). Diğer yandan bu dönemde Alman filmleri yurt dışına ihraç edilmeye başlanmıştı.

1920'li yıllarda ülke çapında üretilen filmlerin kontrolünü sağlamak için Weimar Cumhuriyeti'nde* kanun çıkarılmıştı. Yine bu dönemde filmler üzerinde sansür uygulamasına gidilmişti. Weimar Cumhuriyeti'nde, kamu düzenini ve güvenliğini tehdit edebilecek, Almanya'nın itibarını veya Almanya'nın yabancı devletlerle olan ilişkilerini tehlikeye sokabilecek veya moral bozucu olabilecek, dini duyarlılığı ihlal edebilecek filmler kontrol altına alınmıştı. Bu dönemde Almanya'nın bozulan ekonomik yapısı ve artan işsizlik Alman sinemasında eğlence türü filmlerin yanında, toplumsal içerikli filmlerin de çekilmesine yol açmıştı. Filmlerde Alman halkının yaşadığı günlük sorunlara farklı açılardan değinilmişti. Toplumsal içerikli bu filmleri içerisinde Berlin'de lüks otellerinden birinin üniformalı kapıcısını konu alan Friedrich Wilhelm Murnau'nun yönetmenliğindeki *Der Letzte Mann* (Son Adam, 1924) adlı psikolojik film uluslararası alanda önemli başarılarla imza atmıştı. Ayrıca 1932 yılında Almanya'da gerginleşen siyasi atmosferde sosyalist propaganda filmi Slatan Dudow yönetmenliğinde *Kuhle Wampe* adlı film yayınlanmıştı (Birgel, 2009, s.40). Film, yayınlandığı yıl Almanya'da cumhurbaşkanı, hukuk sistemi ve dini olumsuz yönde resmettiği yönündeki suçlamalar nedeniyle yasaklanmış, buna karşın alınan kararın aleyhine yapılan protestoların ardından yasak kaldırılmıştı. Aynı dönemde Gustav Ucicky yönetmenliğindeki *Das Flötenkonzert von Sans-souci* (1930) gibi sağ muhafazakar filmler de Alman sinemasında yerini almaya başlamıştı. Bu süreç sinemada politik söylemlerin etkili olmaya başlamasına neden olmuştu. Diğer yandan Almanya'nın zaman içerisinde film ihracatındaki gelirlerinde de önemli bir artış gerçekleşmişti. Bu aşamada ihraç edilen filmler Alman ekonomisi için önemli bir gelir kaynağı haline gelmişti.

1930'lu yıllardan itibaren sesli filmler Almanya'da da etkili olmaya başlamıştı. Sesli filmlerin çekilmesi ilk başlarda Alman filmlerinin ihracatında olumsuz bir etki meydana getirmişti. Nitekim filmlerin sesli olmasıyla birlikte Alman filmlerinin hitap ettiği izleyici kitlesi yalnızca Almanca konuşulan ülke ve bölgeler ile sınırlı kalmıştı. Bunun yanında eşzamanlı olarak hem Almanca hem de İngilizce olarak çekilen Josef von Sternberg yönetmenliğindeki *Der blaue Engel* (Mavi Melek, 1930) sesli filmi uluslararası alanda önemli başarılarla imza atmış, filmin oyuncusu Marlene Dietrich'in de dünya çapında büyük bir ün elde etmesini sağlamıştı (Koch, 1986, s.65).

Goebbels'in Alman Sinemasında Denetim Kurması

1920'li yılların başında Weimar Cumhuriyeti'nde aşırı sağ görüşlü Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (NSDAP) etkili olmaya başlamıştı. Antikapitalist, antisemitist, antikomünist ve Alman milliyetçiliğine dayalı Nazizm ideolojisini benimseyen NSDAP, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı sürecinde Almanya'da yaşanan ekonomik krize çözüm bulmak vaadiyle 30 Ocak 1933 tarihinde Almanya'da iktidara gelmeyi başarmıştı. NSDAP lideri Adolf Hitler, Alman şansölyesi olmasından sonra Almanya'da Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı kurmuş ve kurulan bakanlığın başına da NSDAP'nin propaganda sorumlusu ve yakın dostu Dr. Joseph Goebbels'i getirmişti. Goebbels, propaganda bakanı olduktan sonra ülkedeki tüm kitle iletişim araçlarını denetimi altına almış ve ülke genelinde NSDAP'nin yoğun bir şekilde propaganda

* Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya'da kurulan ve NSDAP'nin 1933 yılında iktidara gelmesinden sonra ortadan kaldırılan Alman cumhuriyeti.

faaliyetlerine girişmişti. Goebbels'in propaganda bakanlığının temel amacı NSDAP'nin Nazizm ideolojisine dayalı söylemlerini ve otoritesini tüm Almanya'da egemen kılmaya çalışmaktı. Goebbels, dönemin önde gelen kitle iletişim araçları gazete, dergi, poster ve radyoyu propaganda faaliyetlerinde etkili bir şekilde kullanmıştı. Bu aşamada Goebbels, özellikle sinemayı propaganda faaliyetleri için önemli bir araç olarak değerlendirmekteydi. Filmin önemli bir propaganda aracı olduğu, partinin kurulduğu dönemden beri hakim bir görüştü. Ancak filmin propagandasında çok az finansmana ve deneyime sahipti. Parti tarafından üretilen filmler amatörü ve çoğunlukla kapalı parti toplantılarına gösterilmişti (Welch ve Winkel, 2011, s.1).

Goebbels'e göre sinema kitlelere belirli bir fikir veya düşüncenin empoze edilmesinde çok etkili bir araç görevi üstlenmekteydi. Bu amaçla Goebbels, Alman sineması üzerinde sıkı bir denetim kurmayı ve akabinde ülke genelinde Nazizm ideolojisini ve NSDAP'yi yücelten propaganda filmlerini çekmeyi planlamıştı. Goebbels sinema üzerinde faaliyetleri zaman içerisinde dünya tarihinin en etkili propaganda filmlerinin yapımına yol açacaktı. Diğer yandan sinemaya olan katkıları nedeniyle Goebbels, bulunduğu dönemde Alman filmlerinin hamisi (Schirmherrn des deutschen Films) olarak adlandırılacaktı. Goebbels'in bakanlığı Alman film endüstrisi üzerinde büyük bir etkiye sahip olmuştu (Schütz, 1995, s.140).

Goebbels liderliğindeki Alman sinemasında genel olarak filmlerin kontrolü, sansürü ve aryanlaştırılması üzerine odaklanılmıştı. Goebbels'in filmleri, doğrudan Nazi rejiminin propagandasına yönelmişti. Buna karşın propaganda filmleri üzerinde temkinli davranan Goebbels, Alman sinemasının tümünde propaganda filmlerinin hakim olmasından kaçınmıştı. Goebbels'in propaganda filmleri, Alman eğlence filmlerinin yanında oldukça sınırlı sayıda üretilmişti (Demetz, 2005, s.137). Filmlerde NSDAP'yi yansıtan sembol ve organizasyonlara nadiren yer verilmişti. Goebbels'in propaganda film üretiminde *Das Amt Film* önemli bir görev üstlenmişti. Das Amt, NSDAP'nin her yıl gerçekleşen Nürnberg Parti Mitingleri'nin 1927 yılında ilk propaganda filmi olan *Eine Symphonie des Kampfwillens* (Savaş Arzularının Bir Senfonisi) adlı filmi çekmişti. NSDAP'nin iktidara gelmesinde sonra ise Das Amt Film'in bünyesinde bulundurduğu en son teknoloji ekipmanlar ve yüzlerce ses film aracı ile Almanya'nın en ücra köşesine kadar Nazi propaganda filmlerinin ulaşmasını sağlamıştı. Bu aşamada Das Amt Film tarafından *Juden ohne Maske* (Maskesiz Yahudi, 1937), *Sowjet-Paradies* (Sovyet Cenneti, 1942) gibi kısa propaganda belgeselleri çekmişti. Sowjet-Paradies filminde doğrudan Sovyetler Birliği'ne karşı olumsuz bir propagandaya yönelinmişti (Lorenz, 2016, s.121). Filmlerde Yahudilik ve Bolşevizm'e karşı sert söylemlere yer verilmişti.

NSDAP'in Alman sinemasında kontrol kurabilmesini sağlamak için Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı Film Bölümü ve Reichsfilmkammer (Reich Film Odası, RFK) olmak üzere iki resmi birim meydana getirmişti (Padover, 1939, s.143). Diğer yandan propaganda filmlerinin çekiminde Reichskulturkammer (Reich Kültür Odası, RKK) ve NSDAP Reich Propaganda Müdürlüğü'nün Amt Film'i de etkili olmuştu. NSDAP tarafından tüm bu birimlerin başına tam yetkili olarak Goebbels getirilmişti.

Almanya'daki tüm kültürel çalışmaların denetlenmesinden sorumlu olan RKK, Alman filmlerinin denetiminde de ön plana çıkmıştı. Almanya'da bulunan tüm sanatçıların RKK'ya üye olması zorunluluğu getirilmişti. Böylece RKK üzerinden kültürel faaliyette bulunan her vatandaşın doğrudan kontrol edilmesi amaçlanmıştı. Diğer yandan Nazi rejiminin politikası gereği RKK bünyesine Aryan olmayanların kabul edilmesine izin verilmemişti. Bu süreç Almanya'da başta Yahudiler olmak üzere aryan olarak görülmeyen tüm grupların kültürel çalışmalardan soyutlanmasına neden olmuştu. Goebbels'in bakanlığı, yasalarla yetkilendirilmişti (Dahm, 1986, s.68). Goebbels, RKK bünyesinde sözde *Entartete Kunst*'a (Yozlaşmış Sanat) karşı mücadele içerisine girmişti. Goebbels'e göre modern sanat olarak adlandırılan ABD ve Sovyetler Birliği merkezli sanatta yenileşme hareketine karşı çıkmıştı. Bu süreçte Goebbels daha çok gelenekselliği, ırksal saflığı, militarizmi, itaati, kan ve toprak değerlerini yücelten sanat eserlerinin ön plana çıkarılmasını amaçlamıştı. Goebbels, Yahudi yapımcıları Alman sinemasından dışlamıştı (Horak ve Bishop, 1996, s.373). Goebbels tarafından karşı çıkılan yozlaşmış sanat söylemi, Almanya'da film ve oyunların sansürlenmesine neden olmuştu. Goebbels, komünizm ideolojisinin propagandasının yapıldığı ve *Kulturbolschewismus* (Kültür Bolşevizm'i) olarak adlandırılan yönetmen, oyuncu ve filmlerin de Alman sinemasından uzaklaştırılmasına yol açmıştı.

RFK'nın denetimi de Alman sineması üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştu. Almanya'da film prodüksiyonu, dağıtımı ve sinema alanlarındaki her türlü faaliyette yer alanlar, RFK'ya bağlı olmak zorunda bırakılmıştı (Witte, 1993, s.120). RFK böylece film endüstrisinde çalışanları kontrol etmenin yanı sıra, istenmeyen kişileri dışlamak için de görev yapmıştı. RFK'ya kayıt olmak için başvuranların sadece siyasi geçmişleri hakkında değil, aynı zamanda "ırksal" ve "dinsel" konular hakkında da bilgi vermesi gerekmişti. Başvuru sahibinin "Yahudi" veya bir sol parti üye olmuş olması başvurusunun reddine yol açmıştı. RFK, doğrudan devlet adına kontrol hakkına sahip olmuştu (Wright, 2011, s.266). Diğer yandan bazı istisnalarda söz konusu olabilmekteydi. Politik olarak herhangi bir yerde bağı olmayan ya da önceki filmleri Nazizm'den sapmış olan ancak sanatsal ve ticari olarak çok başarılı olan bazı yönetmenlerin Nazi rejimine sadık olmaları müddetçe çalışmalarına izin verilmişti. Bu süreçte yönetmenlerin Nazizm ideolojisi ile bağlantılı bir filmi sahnelemesi istendi. Yöneticiler istenileni yerine getirdikleri takdirde kariyerine Almanya'da devam edebilmekteydi. Aksi halde kariyerleri sona ermiş oluyordu.

Goebbels tarafından 4 Temmuz 1938 tarihinde profesyonel sinema eğitimi verilmesi amacıyla Babelsberg Alman Film Akademisi (Deutsche Filmakademie Babelsberg) kurulmuştu. Babelsberg, doğrudan devlet tarafından yönetilen ilk Alman film eğitim merkezi olmuştu. Reich Eğitim ve Propaganda Bakanlığı'nın Film Bölümü'ne bağlı olan kurum film yönetmenleri, senaristler, yapım yöneticileri, kameramanları ve film mimarları için bir eğitim merkezi olarak hizmet vermişti. Okulda belgesel ve haber filmleri ile ilgili seminerler yapılmıştı (Hochscherf ve Vande Winkel, 2016, s.196). Eğitim dört yarıyıldan fazla sürmekte ve uzun metrajlı bir filmin çekimi ile tamamlanmaktaydı. Öğrenci olarak kaydolmak isteyen adayların "aryan kökenli" olduklarını ve NSDAP'a olan ilişkilerini kanıtlamaları gerekiyordu. Başlangıçta kuruma önemli miktarda fon sağlanmıştı. Buna karşın İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasından sonra kurum çok

maliyetli kabul edildi ve Goebbels tarafından savaş süresince kapatılmıştı. 1944 yılında da tamamen dağılmıştı.

Alman sinema endüstrisi 1930'ların ortasında en ağır krizlerinden birini yaşamaya başlamıştı. Bu krizin oluşumunda üç temel neden bulunmaktaydı; uluslararası alanda Nazi filmlerinin boykot edilmesi, film yapımcılarının ülkelerini terk etmesi ve RFK tarafından yeni filmlere uygulanan yasağı tutum. Nazilerin baskıcı politikaları ve antisemitist faaliyetleri, uluslararası alanda büyük tepkiye neden olmuş ve Alman ürünlerinin boykotuna yol açmıştı. 1936 yılında Berlin'de gerçekleştirilen Olimpiyat Oyunları'nın bile benzer şekilde boykot edilmesi söz konusu olmuştu. Özellikle Naziler tarafından 1938 yılında gerçekleştirilen Kristal Gece (Kristallnacht)* adlı şiddet eyleminden sonra Almanya'ya yönelik boykot artmıştı. Boykot zaman içerisinde Alman sinemasını da etkilemiş, Alman filmlerinin pek çok ülkede yayınlanmasına izin verilmemesine neden olmuştu. Bu süreç Alman sineması için önemli bir gelir kaynağı olarak kabul edilen film ihracatının olumsuz yönde etkilenmesine yol açmıştı. Örneğin Leni Riefenstahl'ın yönetmenliğinde büyük bir bütçe ile hazırlanan Berlin Olimpiyatları'nı konu alan Olympia filmi bu boykottan en olumsuz etkilenen filmlerin başında gelmişti (Graham, 1993, s.435). Film ihracatındaki azalma yeni filmlerin üretim maliyetlerinin karşılanmasını zorlaştırmıştı. Goebbels tarafından Nazi rejimi için tehlike oluşturacağı düşünülen veya sakıncalı olarak nitelendirilen filmlerin yasaklanması, Almanya'da film sektörünün tek bir boyutta gelişmesini ve dolayısıyla sinemada farklı görüş ve düşüncelerin ortaya konduğu filmlerin üretilmesini engellemişti. Son olarak Nazilerin iktidarından sonra Almanya'dan pek çok yapımcı, yönetmen, oyuncu ve teknik elemanın ülkeyi terk etmesi, Alman sineması için yeri doldurulamaz bir boşluğun meydana gelmesine neden olmuştu. Alman sineması için yaşanan tüm bu olumsuzluklar, pek çok film yapım şirketinin iflas etmesine yol açmıştı. Almanya'da zaman içerisinde film yapım şirketlerinin sayısı sürekli olarak azalmıştı.

Goebbels, Alman sinemasını içerisine düştüğü bu zor durumdan kurtarmak için hızla harekete geçmişti. Goebbels tarafından uygulanan politikaların temelinde Alman film endüstrisinin yeniden yapılandırılması hedeflenmişti. Goebbels'in müdahaleleri sonucunda Alman film endüstrisi bir propaganda endüstrisi haline getirilmişti. Bu amaçla Film Kredi Bankası (Filmkreditbank GmbH, FKB) kurularak, Nazi rejiminin uygun göreceği yeni filmlerin finanse edilmesi planlanmıştı (Mühl-Benninghaus, 1989, s.317). Sayısı hızla azalan film şirketlerinin daha fazla film üretmesi sağlanmıştı. Böylece ülkede film yapım şirketlerinin sayısının azalmasına rağmen üretilen film sayısında önemli bir değişiklik yaşanmamıştı. Goebbels, *Cautio Treuhand GmbH* adlı aracı şirketten yararlanarak ülkede kalan tüm film yapım şirketlerinin çoğunluk hisselerini satın almıştı. *Cautio Treuhand GmbH* görünüşte özel bir şirketti. Buna karşın Goebbels adına, 1933'ten 1942'ye kadar tüm film yapım şirketlerinin önemli bir kısmını ele geçirmişti (Kallis, 2006, s.125). Goebbels'in bu girişimi film endüstrisinin kamulaştırılma sürecini hızlandırmıştı. Goebbels, doğrudan UFA'ya bağlı olan *Deutsche Filmvertriebs GmbH* (DFV) tarafından Alman filmlerinin dağıtımını da tek elden toplamıştı. Filmlerin saklanabilmesi için iyi stoklanmış film depoları kullanılmıştı. Buna karşın yapım ve

* 1938 yılının 9 Kasım'ı 10 Kasım'a bağlayan gece Naziler tarafından Yahudiler'e ait ev, iş yeri ve sinagoglara yapılan saldırılar (Jacobs, 2008: 485).

dağıtım sektöründen farklı olarak, sinema salonlarında millileştirme uygulamasına gidilmemişti. Almanya sınırları içerisinde mevcut olan binlerce sinema salonu özel işletmelerin denetimine bırakılmıştı. Yine de Goebbels, bu işletmeler üzerinde de sıkı bir denetim kurmuştu. Örneğin bu sinema salonlarında Nazi rejimi tarafından önemli kabul edilen günlerde özel filmlerin gösterilmesi istenmişti. Goebbels, yabancı filmler üzerinde de denetim kurarak, kendisine yasalarca tanınan hakları kullanarak İkinci Dünya Savaşı sırasında bazı yabancı filmlerin Alman sinemasında gösterilmesini yasaklamıştı.

Goebbels Liderliğinde Alman Propaganda Sineması

Goebbels liderliğindeki Alman sinemasının temel amacı Almanların hayatının her alanında Nazi rejiminin propaganda faaliyetlerini etkin kılabilme idi. Bu amaçla eğitim ve kültür odaklı sinema filmleri, haberler ve belgesel filmleri üzerinden Alman halkına ulaşılması amaçlanmıştı.

Goebbels, propaganda sinemasının gelişmesine önemli katkılar sağlamıştı. Bu süreçte Goebbels, propaganda filmlerine geniş bir bütçe ayırmış, aynı zamanda da profesyonel isimler ile çalışma yoluna gitmişti. Goebbels, NSDAP'nin parti propaganda filmini hazırlamak için de yine geniş bir bütçe ve profesyonel bir yönetmenden yararlanmıştı. 1935 yılında Alman yönetmen Leni Riefenstahl'e *Triumph des Willens* (İrade'nin Zaferi) adlı propaganda filmi hazırlatmıştı. Film, 1934 yılındaki NSDAP'nin Nürnberg Parti Mitingi'ni konu almıştı (Loiperdinger, 1993, s.40). Filmde kullanılan en son teknoloji ve teknikler nedeniyle film dünya tarihinin en etkileyici propaganda filmleri arasında yer almayı başarmıştı. Filmde Hitler'in kült liderliği ön plana çıkarılırken, Nazizm ideolojisinin de kitleler nezdinde meşruluk kazanması için çalışılmıştı. Yine 1938 yılında Riefenstahl'e Nazi rejiminin yurtiçinde ve yurtdışında itibarını arttırmak için devlet tarafından iki bölümden oluşan Olympia adlı film yaptırılmıştı (McFee ve Tomlinson, 1999, s.87).

Goebbels, Nazizm ideolojisinin öğretileri içerisinde yer alan antisemitizmi de propaganda sinemasında kullanmaktaydı (Delage, 1983, s.136). Bu aşamada propaganda amaçlı çekilen bazı filmlerde doğrudan antisemitizm konu edilmişti. Bu filmlerin başında 1940 yılında çekilen *Rothschilds* (Rothschildler) ve *Jud Süß* filmler gelmektedir. Filmlerde doğrudan Yahudiler hedef alınmış, Alman kamuoyunda Yahudilere yönelik olumsuz algı inşa edilmesi için çalışılmıştır. Benzer şekilde Yahudilere yönelik Alman kamuoyunda nefret söylemi oluşturmak amacıyla *Juden ohne Maske* (Maskesiz Yahudiler, 1937) ve *Der ewige Jude* (Ebedi Yahudi, 1940) adlı belgesel filmler de çekilmişti. *Der ewige Jude* filmi doğrudan Yahudi karşıtı bir propaganda filmi olmuştu (Friedländer, 2006, s.45). Savaşın sonlarına doğru Goebbels, Yahudileri konu alan antisemitist filmlerde önemli bir stratejik değişikliğe yönelmişti. Goebbels, 1944 yılında çekilen ve Almanya'nın denetimi altında bulunan Yahudilerin konu edildiği *Theresienstadt* adlı propaganda filminde, Yahudileri mutlu ve sağlıklı olarak yansıtılmıştı (Margry, 1998, s.181). Böylece Yahudilere yönelik Nazi rejimi tarafından uygulandığı belirtilen insanlık suçları ile ilgili olarak Müttefik Devletleri'ne ve tarafsız ülkelere yönelik karşı propaganda yürütülmesi amaçlanmıştı (Margry, 1992, s.150). Bu yolla Nazi rejimine karşı oluşan iddiaların itibarsızlaştırılmasına çalışılmıştı. Buna karşın filmin savaşın sonlarına doğru çekilmesi ve geniş çapta dağıtılmamış olması, kamuoyunu etkileme fırsatına sahip olmasını engellemişti.

Goebbels tarafından üniversitelerde ve okullarda kullanılmak üzere propaganda odaklı eğitim filmleri de hazırlanmıştı. Hazırlan bu filmlerde, Darwinizm, ırkçı doktrin ve anti-Semitizm gibi Nazizm ideolojinin merkezi unsurlarının doğrudan yayılması amaçlanmıştı. UFA tarafından kültürel filmler de çekilmişti (Elsaesser, 1994, s.26). Sinemada geniş bir izleyici kitlesi bulan kültürel filmler de benzer propaganda amacına hizmet etmişti. Goebbels, sinemanın propaganda etkisini arttırabilmek için ülkenin en ücra köşesine kadar ulaşabilmesini hedeflemişti. Bu amaçla kırsal alanlara film programları sunabilmek için Naziler, gerekli tüm ekipmanları içeren ses filmi arabaları hazırlatmıştı. Bu arabalar Almanya'nın dört bir yanına giderek, Goebbels tarafından belirlenen herhangi bir propaganda filminin kitleler ile buluşmasını sağlayabilmekteydi. Bu gezici sinemaların yardımıyla Nazi film propagandası, daha önce hiç sinemaya gitme fırsatı bulamayan izleyicilere de önemli ölçüde ulaşmıştı. Goebbels, propaganda sineması ile izleyicisi arasındaki tüm engelleri ortadan kaldırmayı hedeflemişti. Böylece sinemanın kitleler üzerindeki etkisinden yararlanarak, Nazi rejiminin Almanya'nın en ücra köşelerinde bile otorite kurmasını sağlamaya çalışmıştı.

Goebbels, Almanya'da yaşanan gelişmeler ile ilgili olarak Alman halkını bilgilendirmeyi hedeflemişti. Bu amaçla Propaganda Bakanlığı'ndaki Film Bölümü tarafından *Deutsche Wochenschau* adlı haber programı hazırlatılarak NSDAP tarafından yapılan faaliyetler hakkında Alman halkına bilgi verilmesine başlanmıştı. Günümüzde haber programlarının temelini atan *Deutsche Wochenschau* çağının en son teknolojisi ile hazırlanan bir haber programıydı. Goebbels tarafından *Deutsche Wochenschau*'nun yapımının her aşaması izlenmekteydi. *Deutsche Wochenschau* periyodik aralıklarla Alman izleyicisiyle buluşmakta ve Hitler önderliğinde Almanya'da inşa edilen fabrikalardan, anma törenlerine kadar geniş bir perspektiften gündem hakkında bilgi vermekteydi. İkinci Dünya Savaşı sırasında *Deutsche Wochenschau* doğrudan cephelerdeki haberleri Alman halkına ulaştırmaya başlamıştı (Winkel, 2004, s.7). Savaşın başlarında Almanya'nın zaferlerini konu alan program, savaşın sonlarına doğru Müttefik Devletleri tarafından işlenen sözde insanlık suçlarını ve Alman halkının vatan savunmasını konu edinmeye başlamıştı. Özellikle Sovyetler Birliği'ne karşı olumsuz yönde propaganda yürütülmüştü (Pietrow-Ennker, 1989, s.81). Nazi propagandası, Kızıl Ordu'nun işgal ettiği yerlerde Alman kadınlarına tecavüz ettiğini belirterek, Doğu Cephesi'nde Alman halkının Kızıl Ordu'ya karşı savaşıma isteğini arttırmaya çalışmıştı. Kızıl Ordu askerleri olumsuz bir algı içerisinde sunulmuştu (Grossmann, 1994, s.19). *Deutsche Wochenschau* savaş programlarında doğrudan cephelerdeki sahneler yer vermişti. Yayınlanan programlar Alman işgal bölgesi üzerinde de etkili olmuştu. *Deutsche Wochenschau* yayınlarını İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar sürdürmüştü (Bucher, 1986, s.54). *Deutsche Wochenschau* tamamen Goebbels'in denetiminde olduğu için Nazi rejiminin istediği haberler yayınlanmakta, istemediği haberlerde yayınlanmamaktaydı. Örneğin 1943 yılında Alman general Friedrich Paulus'un Stalingrad'da ordusuyla birlikte Kızıl Ordu'ya teslim olmasının programlara konu edilmemesine izin verilmemişti. Alman ordusunun Stalingrad'da aldığı yenilginin Alman halkının morali üzerinde olumsuz bir etki meydana getirebileceği, hatta Alman halkının savaşıma isteğini azaltabileceği düşünülmüştü.

Goebbels liderliğindeki Alman sinemasında pek çok farklı konu ve tema ele alınmaktaydı. Bunlardan biri de milliyetçilik temalı propaganda filmleri olmuştu. Alman sinemasında Alman

ulusunun milliyetçi duygularına hitap eden *Der alte und der junge König* (Yaşlı ve Genç Kral, 1935), *Pour le Mérite* (1938), *Kampfgeschwader Lützow* (1939), *Der grosse König* (Büyük Kral, 1942) ve *Kolberg* (1945) gibi savaş filmleri çekilmişti. Kolberg filmi, Almanya'nın İkinci Dünya Savaşı'ndan yenilgiyle ayrılmasından kısa bir süre önce hazırlanmıştı (Paret, 1994, s.435). Filmlerde daha çok Nazizm ideolojisinin siyasal propagandası, Alman ulusunun yüceltilmesi, Alman halkının düşmanları ve savaş propagandası ön plana çıkarılmıştı. Filmlerde yer alan Alman tarihi şahsiyetlerinin Alman gençleri için kült kişilikler olmasına çalışılmaktaydı. Naziler tarafından çekilen tarihi filmlerde de Alman halkının geçmişteki başarılarına ve mücadelecı yapısına dikkat çekmek istemişti. Alman sinemasında çekilen filmlerin sınırlı bir kısmı doğrudan propaganda filmi olarak hazırlanmıştı. Almanya'daki filmlerin konusunu genel olarak eğlence ve aşk içerikli filmler oluşturmaktaydı. Alman propaganda sinemasında çizgi filmde üretilmişti (Aslangul, 2008, s.16). Bunlardan bir tanesi Nazi Almanyası'nın işgali altındaki Fransa'da çekilen *Nimbus Libéré* isimli propaganda çizgi filmi olmuştu. Çizgi filmde Müttefik Devletleri'nin Fransa'ya yapmış oldukları hava saldırılarının sivil halka zarar verdiği iddia edilmiş ve Müttefik Devletleri ağır bir şekilde eleştirilmişti (Delporte, 2001, s.367). Naziler, bu süreçte uzun metrajlı filmlerin içerisinde propaganda içeren mesajları kullanmıştı. Böylece Alman halkının beğeni ile izlediği bir eğlence filminde bile Nazi propagandasının faaliyet göstermesi amaçlanmıştı. Diğer yandan Naziler, filmin kurgusu ile gelişen oyuncuların kıyafetlerine ve imajına doğrudan müdahalede bulunmamıştır. Aynı şekilde filmlerde Nazizm ideolojisi tarafından idealize edilen Alman karakterlerin konulması zorunlu tutulmamıştır. Nitekim filmlerde insanların imajı Nazizm ideolojinin gerekliliklerine nadiren uyum sağlamıştır. Kahramanların çoğu, kişisel servetleri için savaşan modern değerlere saygı gösteren, ortalama kişi tipinde olmuştur. Örneğin Nazizm ideolojisince idealize edilen çocuklarına bakan ve ev işleri ile ilgilenen Alman kadın rolü genel olarak filmlerde yer bulamamıştır. Filmlerde yer alan kadın karakterlerin çoğu çocuksuz ve bir işte çalışır vaziyette aktarılmıştır. Eğlence filmleri, savaşın son yıllarında Alman halkının yaşadığı sıkıntılardan ve günlük gerçekliklerden uzaklaştırabilmesinde önemli bir rol oynamıştı. Alman ordularının Müttefik Devletleri'ne karşı Stalingrad Savaşı'nda (1943) ve Normandiya Kuşatması'nda (1944) aldığı büyük yenilgilerden sonra Alman sineması, halkın moralini yüksek tutmak ve dikkatlerini dağıtmak amacıyla eğlence filmlerine yönelmişti. Diğer yandan Naziler, *Opfergang* (1944) filmi gibi melodram filmleri de çekmişti. Bu film de propaganda amacına hizmet etmişti (Kreimeier, 1994, s.50). Böylece Nazi propagandası çekilen eğlence filmleri üzerinden Almanya'nın aldığı yenilgilerin çok önemli olmadığı ve Almanya'nın hale güçlü durumda bulunduğu algılarını oluşturmaya çalışılmıştı. Bu yolla kitlelerin Nazi rejimine karşı olası muhalefetinin önlenmesi hedeflenmişti.

Goebbels, Alman sinemasını dünya genelinde marka haline getirebilmek için film yıldızlarından yararlanmayı seçmişti. Bu amaçla Nazi rejiminin kendi film yıldızlarını oluşturması planlanmıştı. Alman oyuncularının sinemada yıldız haline gelebilmesinde Goebbels doğrudan rol oynamıştı. Nazi rejiminin imajını güçlendirmek için Goebbels, yıldız sisteminin gelişimini kitlesel olarak sağlamıştı. Nazi rejimine karşı eleştirilerde bulunan Heinrich George ve Gustaf Gründgens gibi oyuncular Goebbels'in işbirliği teklifini kabul etmişti. Goebbels tarafından Alman sinemasının yıldızları yeniden oluşturulmuştu. Örneğin

İsveçli Zarah Leander Alman sinemasında yıldız haline getirilen isimlerden biri olmuştur. Leander'in reklam kampanyası UFA Basın Ofisi tarafından bizzat yönetilmişti (Currid, 1998, s.61-62). Hitler ve Goebbels gibi NSDAP'nin üst düzey liderleri de kimi zaman film yıldızlarıyla birlikte kitlelere aktarılmıştı. Film yıldızları NSDAP'nin imajının şekillenmesinde önemli bir rol üstlenmişti. Alman sinemasında yükselmenin en temel şartı Nazi rejimine bağlı hareket edilmesi idi. Goebbels'in direktifleri doğrultusunda hareket eden ve rejime bağlılıklarını bildiren oyuncular, film bürokrasisindeki yüksek görevlere getirilmekteydi.

İkinci Dünya Savaşı'nda Almanya'nın işgali altında olan bölgelerde film endüstrileri doğrudan Nazilerin denetimin altına girmişti. Naziler, işgal altında olan ülkelerde de sinema yoluyla propaganda faaliyetlerini sürdürmüştü. Bu ülkelerde bulunan oyuncular Nazilerin denetiminde filmlerde rol alabilmekteydi. Örneğin, Polonya film endüstrisi, Wehrmacht'ın* 1 Eylül 1939 tarihindeki işgalinden sonra varlığını sonlandırmıştı. Alman işgali ile birlikte Polonya'da film yapımı tamamen durmuştu. Diğer yandan Nazilerin işgali altında bulunan Fransa'nın kuzey bölümünde Alman haber bültenleri ve sinema filmleri bulunmaktaydı. Nazilerin kontrolü altında bulunan Fransız film yapım şirketi Continental Films, Paris bölgesindeki tüm film stüdyolarını yönetmiş ve işgal altında film üretimini sürdürmüştü (Thaisy, 2006, s.31). İşgal altındaki Norveç'in sinemasında da Naziler ile işbirliği yapanlar etkili olmuştu (Sørenssen, 2011, s.220). Naziler, Sovyetler Birliği'nde işgal ettikleri film stüdyolarında da propaganda faaliyetlerine yönelmişti. Ayrıca İkinci Dünya Savaşı sırasında Alman işgali altında bulunan ülkelere filmler ihraç edilmeye başlanmıştı. Goebbels, en zor şartlara rağmen propaganda film yapımını savaşın sonuna kadar devam ettirmişti.

Sonuç

Alman sinemasında, 1933 yılında Nazilerin iktidara gelmesinden sonra radikal değişimler yaşanmıştır. Bu süreçte Alman sineması tamamen Goebbels'in kontrolüne bırakılmış ve Alman filmleri üzerinde doğrudan Nazi rejiminin etkisi ortaya çıkmıştır. Goebbels, dönemin en son teknolojisini kullanarak, filmlerin propaganda amaçlı gücünden mümkün olduğunca etkin bir şekilde yararlanmaya çalışmıştır. Bu amaçla Almanya'nın en ücra bölgelerine kadar sinema filmlerinin ulaşmasını sağlamıştır. Goebbels'in sinema üzerindeki mutlak hakimiyeti üzerine temellenen sansür uygulaması ve sıkı denetim, Almanya'da güçlü bir propaganda sinemasının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Nitekim Almanya'da farklı ideolojik söylemlere sahip veya Nazi rejimi için tehdit oluşturabilecek herhangi bir filmin çekilmesine izin verilmemiştir. Bu nedenle Alman sineması Nazizm temelli tek boyutlu olarak gelişim göstermiş ve çekilen filmlerde Nazi propagandasının etkisi ortaya çıkmıştır.

Goebbels, Nazi propagandasının filmler yoluyla kitlelere empoze edilmesine büyük önem vermiştir. Buna karşın doğrudan propaganda amaçlı hazırlanan filmlerin sayısı oldukça sınırlı tutulmuş, kitlelerin daha çok eğlence, komedi ve aşk filmleri içerisinde konumlandırılan propaganda çalışmaları ile etkilenmesi yoluna gidilmiştir. Diğer yandan eğlence odaklı filmler ile İkinci Dünya Savaşı'nda Almanya'nın aldığı yenilgiler de olduğu gibi kitlelerin dikkatinin farklı bir yöne çekilmesi için çalışılmıştır. Goebbels, propaganda filmlerinin hazırlanması için

* Nazi Almanya döneminde (1933-1945) Alman ordusuna verilen isim.

büyük bütçelere sahip olmuş ve dönemin en profesyonel yapımcı, yönetmen ve oyuncularını ile çalışma yoluna gitmiştir. Goebbels'in liderliğindeki Alman sinemasında özel sektörün oldukça sınırlı olduğu, hatta 1942 yılında Alman sinemasının tamamen kamulaştırıldığı görülmüştür. Bu süreçte Goebbels doğrudan filmler üzerinde propaganda amaçlı etkiye bulunma olanağı elde etmiştir. 1930'larda yaşanan uluslararası boykotlar ve İkinci Dünya Savaşı'nın getirdiği sıkıntılara rağmen Goebbels'in desteği ile Alman sineması, ABD'deki Hollywood filmleri ile rekabet edebilecek boyutta filmler üretmeyi başarmıştı.

Goebbels'in denetiminde faaliyet gösteren Deutsche Wochenschau programları ile modern haber bültenlerinin çekirdeği oluşturulmuş ve tamamen Nazi rejimi tarafından istenen haberlerin yayınlanması sağlanmıştır. Bu programlarda doğrudan Nazi rejimi ve Nazizm ideolojisi yüceltilirken, Yahudilik ve komünizm ağır bir şekilde eleştirilmiştir. Özellikle bu programlar Goebbels tarafından İkinci Dünya Savaşı'nda, Müttefik Devletleri'ne karşı nefret söylemi inşa etmek için propaganda amaçlı kullanılmıştır. Goebbels, propaganda amaçlı çekilen filmler üzerinden Alman sinemasında da Nazizm ideolojisinin antisemitist, antikomünist ve ırkçı söylemlerini ön plana çıkarmıştır. Bu yolla Nazizm ideolojisinin öğretilerini meşrulaştırmak için propaganda sinemasını bir araç olarak kullanmıştır. Goebbels, Nazi Almanyası'nın savaşta aldığı ağır yenilgilere ve Müttefik Devletleri'nin Almanya topraklarına yönelik saldırılarına rağmen savaşın son anlarına kadar propaganda filmlerinin üretimini ve propaganda programlarının yayınlanmasını sürdürmüştür.

Kaynakça

- Aslangul, C. (2008). Guerre et Cinéma à L'époque Nazie. Films, Documentaires, Actualité et Dessins Animés au Service de la Propagande. *Revue Historique des Armées*, 252, 16-26.
- Bär, G. (2005). *Das Motiv des Doppelgängers als Spaltungsphantasie in der Literatur und im deutschen Stummfilm*, 84. Amsterdam: Rodopi.
- Birgel, F. A. (2009). Kuhle Wampe, Leftist Cinema, and the Politics of Film Censorship in Weimar Germany. *Historical Reflections/Reflexions Historiques*, 35(2), 40-62.
- Bucher, P. (1986). Goebbels und die Deutsche Wochenschau. Nationalsozialistische Filmpropaganda im Zweiten Weltkrieg 1939-1945. *Militärgeschichtliche Zeitschrift*, 2, 53-69.
- Currid, B. (1998). "Es war so wunderbar!" Zarah Leander, ihre schwulen Fans, und die Gegenöffentlichkeit der Erinnerung. montage AV. *Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, 7(1), 57-94.
- Dahm, V. (1986). Anfänge und Ideologie der Reichskulturkammer. *Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte*, 34, 53-84.
- Delage, C. (1983). *La Vision Nazie de L'histoire: le Cinéma Documentaire du Troisième Reich*. Suisse: L'Age d'homme.

- Delporte, C. (2001). Humour as a Strategy in Propaganda Film: The Case of a French Cartoon from 1944. *Journal of European Studies*, 31(123), 367-377.
- Demetz, P. (2005). Der Prager Film in der Zeit der Okkupation 1939-1945. *Transit*, 30, 137-154.
- Eisner, L. H. (2008). *The Haunted Screen: Expressionism in the German Cinema and the Influence of Max Reinhardt*. The United States: Univ of California.
- Elsaesser, T. (1994). Moderne und Modernisierung. Der deutsche Film der dreißiger Jahre. montage AV. *Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, 3(2), 23-40.
- Friedländer, S. (2006). *Das dritte Reich und die Juden (Vol. 2)*. Deutschland: CH Beck.
- Frodon, J. M. (1998). *La Projection Nationale: Cinéma et Nation*. France: Odile Jacob.
- Graham, C. C. (1993). 'Olympia' in America, 1938: Leni Riefenstahl, Hollywood, and the Kristallnacht. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 13(4), 433-450.
- Grossmann, A. (1994). Eine Frage des Schweigens: Die Vergewaltigung deutscher Frauen durch Besatzungssoldaten: Zum historischen Hintergrund von Helke Sanders Film *BeFreier und Befreite*. *Frauen und Film*, 54/55, 15-28.
- Hauer, S. R. (1990). The Sources of Fritz Lang's "Die Nibelungen". *Literature/Film Quarterly*, 18(2), 103-110.
- Hochscherf, T., & Vande Winkel, R. (2016). Third Reich Cinema and Film Theory. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 36(2), 190-213.
- Horak, J. C., & Bishop, J. (1996). German Exile Cinema, 1933-1950. *Film History*, 8(4), 373-389.
- Jacobs, J. (2008). Memorializing the Sacred: Kristallnacht in German National Memory. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 47(3), 485-498.
- Kallis, A. (2006). Nazi Propaganda and 'Coordination': The Haphazard Path to Totalitarianism. *European Review of History: Revue Européenne D'histoire*, 13(1), 115-139.
- Koch, G. (1986). Zwischen den Welten: von Sternbergs "Der Blaue Engel" (1930). *Frauen und Film*, 41, 65-74.
- Kreimeier, K. (1994). Von Henny Porten zu Zarah Leander. Filmgenres und Genrefilm in der Weimarer Republik und im Nationalsozialismus. montage AV. *Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*, 3(2), 41-54.

- Lemaster, D. J. (1997). The Pathos of the Unconscious: Charlie Chaplin and Dreams. *Journal of Popular Film and Television*, 25(3), 110-117.
- Loiperdinger, M. (1993). Sieg des Glaubens. Ein gelungenes Experiment nationalsozialistischer Filmpropaganda. In *Formative Ästhetik im Nationalsozialismus. Intentionen, Medien und Praxisformen totalitärer ästhetischer Herrschaft und Beherrschung*, 35-48.
- Lorenz, O. (2016). Die Ausstellung „Das Sowjetparadies“ : Nationalsozialistische Propaganda und Kolonialer Diskurs. *Revue d'Allemagne et des Pays de Langue Allemande*, 48(48-1), 121-139.
- Margry, K. (1992). 'Theresienstadt'(1944–1945): The Nazi Propaganda Film Depicting the Concentration Camp as Paradise. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 12(2), 145-162.
- Margry, K. (1998). Ein interessanter Vorgänger: Der erste Theresienstadt-Film (1942). *Theresienstädter Studien und Dokumente*, 5, 181-212.
- McFee, G., & Tomlinson, A. (1999). Riefenstahl's Olympia: ideology and aesthetics in the shaping of the Aryan athletic body. *The International Journal of the History of Sport*, 16(2), 86-106.
- Michaels, L. (2008). Come and See (1985): Klimov's Intimate Epic. *Quarterly Review of Film and Video*, 25(3), 212-218.
- Mühl-Benninghaus, W. (1989). The German Film Credit Bank, Inc.: Film Financing during the First Years of National-Socialist Rule in Germany. *Film History*, 3(4), 317-332.
- Padover, S. K. (1939). The German Motion Picture Today: The Nazi Cinema. *The Public Opinion Quarterly*, 3(1), 142-146.
- Paret, P. (1994). 'Kolberg'(1945) as Historical Film and Historical Document. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 14(4), 433-448.
- Patalas, E. (2005). The Odyssey of the Battleship: On the Reconstruction of Potemkin at the Filmmuseum Berlin. *Journal of Film Preservation*, 70, 30-41.
- Pietrow-Ennker, B. (1989). Die Sowjetunion in der Propaganda des Dritten Reiches: Das Beispiel der Wochenschau. *Militär-geschichtliche Zeitschrift*, 2, 79-120.
- Schütz, E. (1995). Das Dritte Reich als Mediendiktatur: Medienpolitik und Modernisierung in Deutschland 1933 bis 1945. *Monatshefte*, 129-150.
- Sørenssen, B. (2011). *From Will to Reality—Norwegian Film during the Nazi Occupation, 1940–45*. In *Cinema and the Swastika* (pp. 220-230). London: Palgrave Macmillan.

- Thaisy, L. (2006). *La Politique Cinématographique de la France en Allemagne Occupée (1945-1949)*. France: Presses Univ. Septentrion.
- Welch, D., & Winkel, R. V. (2011). *Europe's New Hollywood? The German Film Industry Under Nazi Rule, 1933-45*. In *Cinema and the Swastika* (pp. 1-24)., London: Palgrave Macmillan.
- Winkel, R. V. (2004). Nazi Newsreels in Europe, 1939-1945: the Many Faces of Ufa's Foreign Weekly Newsreel (Auslandstonwoche) versus German's Weekly Newsreel (Deutsche Wochenschau). *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 24(1), 5-34.
- Witte, K. (1993). *Film im Nationalsozialismus*. In *Geschichte des deutschen Films* (pp. 119-170)., Stuttgart: JB Metzler.
- Wright, R. (2011). *Swedish film and Germany, 1933-45*. In *Cinema and the Swastika* (pp. 265-275)., London: Palgrave Macmillan.



İmalat İşletmelerinde Bilgi Yönetimi ile Performans Arasındaki İlişkide Sosyal Sermayenin Rolü

Social Capital Role in The Relationship Between Knowledge
Management and Performance in Manufacturing Enterprises

Öğr. Gör. Dr. Celal YILMAZ¹

Başvuru Tarihi: 06.07.2019

Kabul Tarihi: 26.12.2019

Öz

Bu çalışmanın amacı bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık rolünü ortaya koymaktır. Bununla birlikte değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini Konya ili imalat işletmelerinde görev yapan 412 çalışan oluşturmaktadır. Bu doğrultuda yapısal eşitlik modeli (YEM) yöntemi ile veriler analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları değişkenler arasında pozitif ilişkilerin olduğunu ortaya koyarken, sosyal sermayenin bilgi yönetimi ile işlevsel performans ve finansal performans arasındaki ilişkide aracılık etkisine sahip olmadığını göstermektedir. Çalışmada birtakım teorik ve yönetsel çıkarımlarla birlikte çalışmanın sınırlılıkları ve gelecek araştırmalara dair öneriler sunulmaktadır. Çalışmanın temel teorik çıkarımı, bilgi yönetimi uygulamalarının sosyal sermayeyi istikrara kavuşturup işlevsel ve finansal performansı artırma üzerinde ciddi bir rol oynadığı yönündedir. Temel yönetsel çıkarım ise uygulayıcıların bilgi yönetimini işletmeyi geleceğe hazırlama sanatı ve bilimi olarak ele almaları ve sosyal sermayeye nitel ve nicel yatırım yapmaları gerektiği doğrultusundadır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Yönetimi, Sosyal Sermaye, İşlevsel, Finansal, Performans

Abstract

The study aims at revealing the mediating role of social capital in the relationship between knowledge management and operational and financial performance. In addition, it is aimed to determine the relationship between the variables. The sample of the study consists of 412 employees working in the manufacturing enterprises in Konya/Turkey. In this respect, the data was analyzed by the structural equation modelling (SEM) method. The findings of the study show that there are positive relationships between variables, whereas social capital does not mediate the relationship between knowledge management and operational performance and financial performance. Some theoretical and managerial implications, limitations of the study and

¹ Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu. ceymz32@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3354-7681

suggestions for future researches are presented in this study. The theoretical implications of the study show that knowledge management practices stabilize social capital and play a significant role to increase operational and financial performance. Managerial implications indicate that the practitioners should consider knowledge management as the art and science of preparing the enterprises for the future and make qualitative and quantitative investment in social capital.

Keywords: Knowledge Management, Social Capital, Operational, Financial, Performance

Giriş

Değişim toplumun her alanında olduğu gibi yönetim ve örgütsel davranış alanlarında da her geçen gün yeni bir zenginlik ve nitelik kazanmaktadır. İşletmelerin sürekli ilerleme kaydedebilmeleri ve hedeflerine ulaşabilmeleri yönetsel anlamda değişim ile verdikleri mücadelenin başarısına bağlıdır. Böylesi değişim odaklı çevrede başarılı olmak bir takım öncülleri yerine getirmeyi gerekli kılmaktadır. Bu öncüllerden başlıcaları, etkili insan kaynakları yönetimi, temel yetenek, bilgi yönetimi, örgütsel öğrenme, inovasyon, sosyal sermaye ve örgütsel güven gibi değişkenler şeklinde sıralanabilir. Değişimleri içselleştirme sürecinde bilgi yönetimi uygulamalarının, değişimlere uyum sağlama sürecinde ise sosyal sermayenin örgütler açısından önemli rol oynadığı ileri sürülebilir. Bilgi yönetimi işletmelere rekabet üstünlüğü kazandırmak için kollektif bilginin toplanması, yaratılması, paylaşılması ve dağıtmasını sağlayan sistematik ve bütünleştirici bir süreç olarak ifade edilmektedir (Rastogi, 2000; Andreeva ve Kianto, 2012). Örgüt açısından sosyal sermaye ise, bir örgütün çevresindeki sosyal ilişki ağlarından kaynaklanan ve rekabet üstünlüğünü maksimize etme yeteneğine sahip bir varlıktır. Bilgi yönetimi vasıtasıyla üretilen bilginin inovasyona veya ticari değeri olan çıktılara dönüştürülmesinde bu varlık, yaratacağı ortam ve olanak nedeniyle kritik bir role sahiptir. Buradan hareketle, sosyal sermayenin bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans arasında bir köprü görevi göreceği ileri sürülebilir.

İlgili alan yazın incelendiğinde, araştırmaya konu olan değişkenlerden bilgi yönetimi ile örgütsel performans (Valmohammadi ve Ahmadi, 2015; Ha vd., 2016; Koochang vd., 2017; Santoro vd., 2018; Iqbal vd., 2019), bilgi yönetimi ile sosyal sermaye (Bharati vd., 2015; Miković vd., 2019; Tsai ve Hsu, 2019; Wu vd., 2019) ve sosyal sermaye ile örgütsel performans arasındaki (Dess ve Shaw, 2001; Shaw vd., 2005; Leana ve Pil, 2006; Acquaaah, 2007; Lins vd., 2017; Birasnav vd., 2019) ilişkileri ele alan çok sayıda çalışmanın var olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, üç değişkeni birlikte ele alan çalışma sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu sınırlılık Türkçe literatürde kendisini daha fazla hissettirmektedir. Bu anlamda, çalışmanın konu özelinde literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu açıklamalar doğrultusunda çalışmanın temel amacı, bilgi yönetimi uygulamaları ile finansal ve işlevsel performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık rolünü ortaya koymaktır. Bu ana amaç ışığında, değişimin belirleyici ve yönlendirici bir güce ulaştığı iş dünyasında, bilgi yönetimi uygulamaları ve sosyal sermayenin örgütsel varlığın devamı ve örgütsel gelişimin sağlanmasında taşıdığı rol vurgulanmış ve bu rol bir alan araştırması ile analiz edilmiştir.

Çalışma; kuramsal çerçeve, yöntem ve bulgular olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, araştırmanın değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkiler teorik zeminde

açıklanmış ve uygulamalı çalışma bulguları ışığında değişkenler arasındaki ilişkiler irdelenmiştir. İkinci bölümde, araştırma modeli, araştırmanın hipotezleri, örneklem, veri toplama ve analiz yöntemleri aktarılmıştır. Son bölümde ise, araştırma bulguları ve bu bulgularına dayanarak geliştirilen teorik ve yönetsel çıkarımlara yer verilmiştir.

Kuramsal çerçeve

Bilgi yönetimi

Literatürde bilgi yönetimi hem bir süreç hem de amaç olarak ele alınmaktadır. Bilgi yönetimini amaç doğrultusunda ele alan yaklaşımlarda bilgi yönetimi, karmaşıklık, belirsizlik ve değişim üzerine odaklanan bir yönetim yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Singh, 2008, s. 24). Bilgi yönetimi Andreeva ve Kianto'ya (2012) göre, bir organizasyonun rekabet gücünü artırmak amacıyla ilgili örgütteki kolektif bilginin belirlenmesi ve bu bilgiden yararlanılmasıdır. Bu tanım bilgi yönetiminin örgütlerin en iyi stratejik kararı verebilmelerinde (Liebowitz, 2006, s. 11-14) anahtar rol oynadığını doğrular niteliktedir. Bilgi yönetimini süreç olarak ele alan yaklaşımlara göre bilgi yönetimi, örgütsel amaçları gerçekleştirmeye çalışan birey ve gruplar aracılığıyla bilgi toplama, yaratma, paylaşma ve dağıtmaya yönelik eylemleri organizasyon genelinde koordine eden sistematik ve bütünlendirici bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Rastogi, 2000). Bilgi yönetimi işletmenin bilgiyi en iyi şekilde geliştirmesi, bilgiden yenilik üretmesi, kritik bilgileri muhafaza etmesi ve sürdürmesi, birbirleri ile uyumlu hale getirmesi ve çalışan verimliliğini arttırması ile ilgilenen bir süreçtir (Liebowitz, 2006, s. 14). Bilgi yönetimini süreç olarak ele alan bir başka kaynakta kavram; örgütsel performansın artırılmasına ve amaçların başarılmasına katkı sağlayacak bilginin oluşturulması, toplanması, yorumlanması ve kullanılmasını içeren süreç şeklinde değerlendirilmiştir (Rasula vd., 2012, s. 147). Tanımlardaki ortak paydanın, örgütsel performansın artırılması olduğu söylenebilir. Bu ortak paydayı doğrular şekilde Jaitly ve Kumar (2012, s. 77) bilgi yönetiminin, bireyler, süreçler ve teknolojiler arasında örgütsel performansta devrim niteliğinde bir dönüşüm yaratacak sinerjinin başarılmasına yönelik yeni bir yönetim alanı olduğunu belirtmektedirler.

Bilgi yönetiminin bir süreç ihtiva ettiğine yönelik bir fikir birliği bulunmasına rağmen süreç farklı bilim insanları tarafından değişik şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalardan birinde bilgi yönetiminin aşamaları, bilginin toplanması, kullanılması, paylaşılması ve korunması şeklinde sıralanmaktadır (Rasula vd., 2012, s. 149). Darroch ve McNaughton (2003, s. 575) bilgi yönetiminin aşamalarını, bilginin elde edilmesi, bilginin paylaşılması ve bilgiden yeni bilgi üretilmesi şeklinde ele almışlardır. Benzer şekilde Saini (2013, s. 578) sürecin aşamalarını, bilginin yaratılması, bilginin kodlanması, bilgi paylaşımı ve bilginin kullanılması olarak bildirmektedir. Bu çalışmada sınıflandırmaları benimsenen Gold ve diğerleri (2001, s. 190) ise bilgi yönetimi sürecinin aşamalarını, bilginin elde edilmesi, bilginin dönüştürülmesi, bilginin kullanılması ve bilginin muhafaza edilmesi şeklinde dört aşamada ele almışlardır.

Bilgi yönetimi, kaynak yetersizliğinden doğan sorunların, yönetsel problemlerin ve yüksek personel devir hızı gibi olumsuzlukların üstesinden gelmeye yardımcı olmaktadır. Bilgi yönetimi, karmaşık ve olumsuz iş ortamlarını yönetilebilir bağlama çekmede uygulayıcılara kolaylıklar sunmaktadır. Bilgi yönetimi, üretim maliyetlerini düşürme ve yenilikçi uygulamalar

ortaya koyarak örgütün rakiplerine karşı rekabet gücü elde etmesine katkı sağlamaktadır (Saini, 2013, s. 577). Sürekli olarak bilgi yaratamayan işletmelerin yok olması muhtemel olduğu için işletmeler bilgi yönetiminin stratejik bir silah olduğunun bilincindedirler (Lee and Choi, 2003, s. 189). Çünkü bilgi yönetimi sayesinde işletmeler yaratıcılık, yenilikçilik ve verimliliklerini artırabilmekte ve başarılarının önemli bir yapı taşını oluşturabilmektedirler (Özgener, 2005, s. 293).

Sosyal sermaye

Sosyal sermaye teorisi, bireyler ve/veya gruplar arasında oluşan ilişkiler ağının değerli bir kaynak oluşturduğu varsayımına dayanmaktadır. Sermaye olarak değerlendirilen bu kaynak, karşılıklı tanışıklık ağlarının bileşkesidir (Ofori ve Sackey, 2010, s. 72). İlişkilerde gizli bir varlık olarak değerlendirilen sosyal sermaye, insanlar arasındaki enstrümantal ilişkileri kolaylaştırabildiği ölçüde gelişmektedir (Shaw vd., 2005, s. 595). Sosyal sermaye ekonomik faaliyetlerde, bireyler ve örgütler arasındaki sosyal ilişkilerin oluşturduğu marjinal fayda olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda sosyal sermaye değerli bir örgüt kaynağıdır ve çalışanlar arasındaki sosyal ilişkiler vasıtasıyla bilgiye zamanlı erişime olanak sağlamaktadır. Bununla birlikte sosyal sermaye resmi kontrol ihtiyacını azaltır, kolektif çabayı kolaylaştırır, daha esnek iş dizaynına olanak tanır ve örgütsel entelektüel sermayeyi geliştirerek örgütsel etkililiğe katkı sağlar (Jiang ve Liu, 2015, s. 126-127).

Sosyal sermayenin etkilerinin birey, grup ve toplum gibi farklı düzeylerde ortaya çıkmasından dolayı örgütsel sosyal sermaye ve toplumsal sosyal sermaye şeklinde iki sosyal sermaye türünden bahsedilebileceği alan yazından anlaşılmaktadır (Tantardini ve Kroll, 2015). Örgüt açısından sosyal sermayeyi açıklamak, öncelikle sosyal sermayeyi “bireylerin ötesinde” yorumlamayı gerekli kılmaktadır (Erbil ve Ögüt, 2016, s. 195). Bu bağlamda sosyal sermaye; örgüt içerisinde kurulan sosyal ilişkilerden kaynaklanabileceği gibi (Noe, 2010, s. 5; Li vd., 2016, s. 132) örgütün diğer örgütlerle olan ilişkilerinden de doğabilmektedir (Erbil ve Ögüt, 2016, s. 196). Bu ilişkiler kapsamında; paylaşılan kültür, yönetim felsefesi, yönetim uygulamaları, biçimsel olmayan ağ sistemleri, koçluk ve mentörlük ilişkilerinin olduğu görülmektedir (Noe, 2010, s. 5). Buradan hareketle sosyal sermaye, bir örgütün içindeki ve dışındaki sosyal ilişkilerden kaynaklanan ve rekabetçiliğini en üst düzeye çıkarma potansiyeline sahip kritik bir varlık olarak tanımlanabilir (Shorunke vd., 2014, s. 60).

Örgüt açısından sosyal sermaye, yapısal, ilişkisel ve bilişsel olmak üzere üç boyutta ele alınabilmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s. 243; Andrews, 2010, s. 584). Yapısal boyutla ilgili olarak iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan birincisi olan düşünce yaklaşımına göre örgütsel sosyal sermayenin yapısal boyutu bireysel aktörlerin birbirleriyle olan bağlantıları üzerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşım sosyal ağlar üzerinde benmerkezci bakış açısı olarak adlandırılmaktadır. Yapısal boyutun ikinci yaklaşımı olan toplum merkezli yaklaşım ise bireyin sahip olduğu doğrudan ilişkilerden ziyade bir ağ içindeki görece konumu üzerine odaklanmaktadır. Son olarak ilişkisel boyut, bireyler arasındaki olumlu etkileşimleri ve sosyal sermaye oluşumunun odak noktası haline gelen güven ve karşılıklılık gibi kavramları yansıtır. Gündelik iletişimin gereklilikleri olan kısaltmaları, incelikleri ve temel varsayımları da içeren bilişsel boyut ise kullanılan ortak dilin ötesine de geçmekte (Ruiz vd., 2010, s. 50) ve örgüt üyeleri arasında paylaşılan hedef ve değerleri de kapsamaktadır (Li vd., 2016, s. 134). Bu boyut,

bireysel ve grup eylemlerini kolaylaştıracak paylaşılan vizyon kavramını da yansıtmaktadır (Merlo vd., 2006, s. 1215).

İşlevsel performans

Performans, belirlenmiş bir zaman aralığında bir sistem tarafından ortaya konulan çıktının nicel açıdan miktarı ya da nitel açıdan düzeyidir. Performans, belirlenmiş amaçların veya üstlenilmiş sorumlulukların başarıma derecesi olarakta değerlendirilmektedir. Dolayısıyla performans, amaçlara ulaşabilmek için gerçekleştirilen bütün eylemlerin bir arada değerlendirilmesi şeklinde de yorumlanabilir (Şahin, 2014, s. 46). Bu bakış açısıyla, Pitt ve Tucker (2008) performans kavramını, bir süreç kapsamındaki faaliyetlerin ne şekilde ve ne düzeyde yerine getirildiği ya da spesifik bir amaca erişme sürecinde ulaşılan çıktılarının etkinlik düzeyi şeklinde tanımlamışlardır.

İşlevsel performansın değerlendirilmesinde bir takım kriterlerin dikkate alındığı görülmektedir. Örneğin müşteri tatmini, iç süreçler ve işletmenin gelişim ve inovasyona yönelik faaliyetleri işlevsel performans kriterleri arasında yer almaktadır (Bayo-Moriones ve de Cerio, 2002). Chairungruang, (2016, s. 41) bu kriterler arasında pazar payı, ürün kalitesi, pazarlama etkinliği, üretim etkinliği, teknolojik etkinlik, personel sayısı ve personel devir hızı gibi kriterleri göstermektedir. Bununla birlikte işlevsel performans kapsamında etkililik, kalite ve süre gibi bir takım olguların ön plana çıktığı görülmektedir (Corbett ve van Wassenhove, 1993). Etkililik örgütsel çıktılarını maksimize etmek için örgüt kaynaklarının en iyi şekilde kullanılmasını ifade etmektedir. Kalite üretilen defolu ürün sayısı ve kalitenin maliyetinden daha ötede müşteri tatmini ve rekabet üstünlüğü üzerinde durmaktadır. Süre ise dağıtım yükümlülükleri, zamanlı dağıtım, üretim ve hizmet sürelerinin hızı ile ilgilenmektedir (Bayo-Moriones ve de Cerio, 2002). Sonuç olarak işlevsel performans müşteri hizmetleri, maliyet yönetimi, kalite, verimlilik ve varlık yönetimine odaklanmakta ve bu işlevsel performans göstergelerinin rakiplerle kıyaslanmasını ifade etmektedir (Bowersox vd., 2000).

Finansal performans

Literatürde finansal performansın, finansal (satış miktarı, kârlılık düzeyi, işgören sayısı, ürün çeşitliliği vb) ve finansal olmayan (kalite, yönetim anlayışı, çevresel bilinç, kurumsal itibar vb) göstergelerle ya da her ikisiyle birlikte değerlendirildiği anlaşılmaktadır (Haber ve Reichel, 2005). Finansal ve finansal olmayan performans göstergeleri dikkate alındığında finansal performans; doğrudan ya da dolaylı olarak finansal anlamda olumlu yansımaları olan, amaçlı ve planlanmış örgütsel faaliyetlerdeki niteliksel ve niceliksel iyileşmelerdir (Biçkes ve Özdevecioğlu, 2016, s. 12). Niceliksel ölçümler satışlar, kazanç, net kazanç gibi çıktılara dayanırken, niteliksel ölçümler pazar payı büyüklüğü, nakit akışındaki değişim, satışlardaki gelişme gibi algılara dayanmaktadır (Haber ve Reichel, 2005). Niceliksel finansal verilerin gönülsüzlük ve doğruluğunun kontrol edilmesindeki güçlükler nedeniyle nicel verilerin kasten yanıltıcı olabileceği belirtilmektedir (Covin ve Slevin, 1989). Bu nedenlerden dolayı finansal performans daha çok algılara dayanan niteliksel kriterlerle değerlendirildiği görülmektedir (Covin ve Slevin, 1989; Inman vd., 2011). İster niceliksel isterse niteliksel ölçütlerle ele alınsın finansal performans; bir işletmenin rakiplere kıyasla yatırım getirisi, satış getirisi, karlılık, satış hacmi, satış büyüklüğü ve pazar payının rakiplerine göre kıyaslanmasını ifade etmektedir (Inman vd., 2011, s. 346). Bu açıklamalar çerçevesinde, herhangi bir örgütsel davranışın değeri örgütsel performansta yol açtığı iyileşmelerle doğru orantılı olmaktadır (Lee ve Choi, 2003, s. 190).

Değişkenler arası ilişkiler ve araştırma hipotezleri

Bilgi yönetimi ve sosyal sermaye

Bilgi temelli görüş, bilginin oluşturulması ve transfer edilmesi için üyeler arasında olumlu ilişkilerin var olması gerektiğini dile getirmektedir. Bu noktada örgüt içerisindeki karşılıklı ilişkiler üzerine inşa edilen sosyal sermaye, gelişimin önemini örgütçe anlaşılması (Fukuyama, 2001) ve örgütsel etkililiği artırmada kritik bir varlık olarak kabul edilebilir (Jiang, ve Liu, 2015). Örgütler açısından sosyal sermaye, örtük bilginin paylaşılması (Göksel vd., 2010) ve bilginin anlamlı bir şekilde transfer edilmesi için var olması gereken bir ön şart olarak görülmektedir (Daud ve Wan Yusoff, 2010, s. 142). Sosyal sermayenin varlığı, bilginin yakalanmasını, kodlanmasını ve aktarımını kolaylaştırır. Ayrıca, bir örgütün sahip olduğu kaynakların değişimini ve farklı kombinasyonlara dönüşümünü kolaylaştırıp inovasyon yaratma yeteneğine katkıda bulunarak ve örgüt üyeleri arasında resmi sözleşmeler, teşvikler ve izleme mekanizmalarının yerini alarak kolektif eylemleri daha etkin kıldığı için bilgi yönetim sürecini destekler (Hoffman vd., 2005, s. 98). Bu anlamda Daud ve Wan Yusoff (2010, s. 142) işletmelerin, sosyal sermaye aracılığıyla bilgi paylaşımını ve yeni fikirlerin uygulanmasını teşvik ederek, yeni bilgiler üretebileceklerini belirtmişlerdir. Yeni bilgilerin, çalışanlar tarafından sahip olunan örtülü bilgi ile birleştirildiğinde ise yeni ürün ve hizmetlerin yaratılması amacıyla kullanılarak örgütün değerinin yükselmesine yol açacağını dile getirmişlerdir. Yapılan çok sayıda uygulamalı çalışma, bilgi yönetimi ile sosyal sermaye arasında pozitif yönlü ilişki olduğu bulgusunu ortaya koymaktadır (Yli-Renko vd., 2001: 607; Daud ve Wan Yusoff, 2010: 146; Damirchi ve Vazifeh, 2012: 51). Literatürde yer alan teorik bilgilere ve uygulamalı araştırma bulgularına dayanarak, araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 1: Bilgi yönetimi ile sosyal sermaye arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.

Bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans

Bilgi temelli görüşe göre örgütler arasındaki performans farklılıklarının temelinde, sahip oldukları bilgi düzeylerinin, bilgi yaratma ve bilgiyi kullanma kapasitelerinin farklı olması yatmaktadır (Andreeva ve Kianto, 2012, s. 620). Bu anlamda birçok çalışmada (Gholami vd., 2013, s. 209; Omotayo, 2015, s. 11; Schilirò, 2008, s. 20) performansı artırmanın yolunun, bilgiyi elde etmekten, bilgiyi paylaşmaktan ve sahip olunan bilgiyi değer yaratma sürecine ve temel yetenek tabanlı stratejilere entegre ederek kullanmaktan geçtiğini belirtilmiştir. Bu bağlamda, işletme yönetiminin en kritik alanlarından birisi olan işlevsel ve finansal performansı geliştirmek için birçok uygulayıcı başta bilgi yönetimi olmak üzere çeşitli stratejik değişkenler kullanmayı tercih etmektedirler.

Literatürde teorik zeminde dile getirilen bu ilişki, birçok uygulamalı çalışmayla da test edilmiştir. Bilgi yönetimi uygulamalarının işletmelerin inovasyon performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu (Inkinen vd., 2015) ve bilgi yönetimi yeteneğine sahip firmaların diğerlerine nazaran kaynaklarını daha etkin kullandığı, daha inovatif ve daha yüksek performans düzeyine sahip oldukları bildirilmektedir (Darroch, 2005). Ayrıca Tan ve Wong (2015), bilgi kaynakları altyapı unsurlarının, bilgi yönetimi faktörlerinin ve bilgi yönetimi sürecinin üretim performansı üzerinde doğrudan ve önemli bir etkiye sahip olduğu; Palacios Marques ve Garrigos Simon (2006) bilginin geliştirilmesi, paylaşılması ve muhafaza edilmesiyle

işletme performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulgusunu ortaya koymuşlardır. Bu açıklamalar ışığında, araştırmanın ikinci ve üçüncü hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 2: Bilgi yönetimi ile işlevsel performan arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.

Hipotez 3: Bilgi yönetimi ile finansal performans arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.

Sosyal sermaye ile işlevsel ve finansal performans

Sosyal sermaye, çalışanlar arasında ekip çalışmasını destekler ve eylem etkinliğini artırır. İletişim ağları aracılığıyla kaynaklara erişimi kolaylaştırır ve beşeri sermayenin gelişime zemin hazırlar (Hoffman vd., 2005, s. 98). Sosyal sermaye örgüt üyelerinin değerlerini, hedeflerini ve beklentilerini şekillendiren bir sosyal ilişki yaratma ve besleme yollarını açar. Bu sayede, örgüt üyeleri arasında karşılıklı anlayış ve yüksek düzeyde işbirliğinin elde edilmesine, performansın artmasına, inovasyon sürecinin desteklenmesine, örgütsel büyümeye ve rekabet üstünlüğü yakalamaya katkıda bulunur (Li vd., 2016, s. 132). Çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, ortaklar ve diğer paydaşlarla kurulan ilişkiler ağına gömülü bulunan sosyal sermaye, örgütsel performans hedeflerine ulaşmayı kolaylaştırır (Daud ve Wan Yusoff, 2010, s. 143). Lee ve diğerleri (2016) yönetim kurulu üyelerinin sahip olduğu dışsal sosyal sermaye ile büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ve Steiner ve Wang (2016) sosyal sermayenin firma performansı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etki doğurduğunu belirtmektedirler. Bunun paralelinde Javakhadze ve diğerleri (2016) ise sosyal sermayenin işletmelerin gelecekteki faaliyet başarıları, öz sermaye karlılık oranları, hisse senedi temelli performansları ve riske uyarlanmış getirileri üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Ayrıca girişimcilerin sosyal sermayelerine yaptıkları yatırımlar neticesinde girişimci performanslarının geliştiği de belirtilmektedir (Batjargal, 2003; Bosma vd., 2004). Aktarılan açıklamalar çerçevesinde, araştırmanın dördüncü ve beşinci hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 4: Sosyal sermaye ile işlevsel performans arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.

Hipotez 5: Sosyal sermaye ile finansal performans arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.

Bilgi yönetimine dayalı olarak faaliyetlerini yöneten işletmelerin firma inovasyon performanslarını arttırmada sosyal sermayeyi bir katilazatör olarak kullanmaları gerekliliği (Martínez-Cañas vd., 2012), yukarıda dile getirilen bilgiler ışığında ve sosyal sermayenin aracılık rolü üstleneceğine yönelik hipotezler şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 6: Bilgi yönetimi ile işlevsel performans arasındaki ilişkide sosyal sermaye aracılık etkisine sahiptir.

Hipotez 7: Bilgi yönetimi ile finansal performans arasındaki ilişkide sosyal sermaye aracılık etkisine sahiptir.

Yöntem

Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini Konya ilinde bulunan organize sanayi ve küçük sanayi sitelerindeki işletmelerde görev yapan çalışanlar oluşturmaktadır. Evren bilinmediğinden sınırsız evren örnekleme ($n=z^2(pq)/e^2$) formülü (Baş, 2013, s. 41) kullanılarak örneklem büyüklüğü $n=(1.96)^2 \cdot (0.5 \times 0.5)/0.05^2=384$ olarak hesaplanmıştır. Bazı çalışmalarda örneklem büyüklüğü soru formunda bulunan ifade sayısının 10 katından fazla olması gerektiği önerilmektedir (Byrne, 2010, s. 105). Bu soru formunda toplam 38 ifade olması ve sınırsız evren örnekleme yöntemi sonucundan hareketle 384 katılımcıdan daha fazlasına ulaşılmaya çalışılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi (Kitchenham ve Pfleeger, 2002) takip edilmiş ve nihayetinde istatistiksel olarak kullanılabilir durumda 412 anket elde edilmiştir.

Çalışmaya 82 kadın ve 330 erkek olmak üzere 412 imalat işletmeleri çalışanı katılmıştır. Katılımcıların %36.7'si makine, ekipman ve metal ürünleri, %21.8'i gıda ürünleri, %16.7'si mobilya, %10.9'u kauçuk ve plastik ürün imalatı yapan işletmelerde çalışmaktadır. Bunu %6,6 ile giyim eşyaları, %4.4 ile motorlu taşıt ve ekipmanları ve %2.9 ile deri ile ilgili ürün imalatı yapan işletmelerdeki katılımcılar takip etmektedir. Katılımcıların %82'si 21 ila 40 yaş aralığında olduğunu bildirmişlerdir. Eğitim durumları açısından ele alındığında %23,4'ü lisans veya meslek yüksek okulu mezunu iken, %76.6'sı lise veya ilköğretim mezunudur. Katılımcıların mesleki deneyim süreleri dikkate alındığında %67.2'si 10 yıldan daha az mesleki deneyime sahiptir. Katılımcılar çalıştıkları işletmelerin faaliyet sürelerine göre ele alındığında %58'i 10 yıl ve daha fazla süredir faaliyette olan işletmelerde çalışırken, %42'si 10 yıldan daha az süredir faaliyette olan işletmelerde çalışmaktadır.

Ölçekler

Araştırmada 5'li Likert ölçeğinden yararlanılmış ve katılımcıların soru formunda bulunan bilgi yönetimi, sosyal sermaye, işlevsel ve finansal performans ölçeğindeki bütün ifadeler ne derece katıldıklarını belirtmeleri için (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum ifadelerine yer verilmiştir.

Bilgi yönetimi: İşletmelerin bilgi yönetimi uygulamalarını ölçmek için Gold ve arkadaşları (2001) tarafından geliştirilen "bilgi yönetimi" ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu ölçek, bilgiyi edinme, bilgiyi dönüştürme, bilgiyi uygulama ve bilgiyi muhafaza etme olmak üzere dört boyut ve 44 ifadeden oluşmaktadır. Bu çalışmada ilgili ölçeğin 22 ifadesi kullanılmıştır. Ölçek, bu çalışmada ve Türkçe çok sayıda çalışmada kullanılmış, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır (Karaman ve Kale, 2009; Çakar vd., 2010; İpçioğlu ve Kahya, 2016).

Sosyal sermaye: Sosyal sermaye düzeyini belirlemek için Andrews (2010)'in çalışmasında kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. İlgili ölçekte, sosyal sermaye kapsamında örgütün yapısal, ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayelerine 2'şer ifade ile odaklanılmaktadır ve ölçek 6 ifadeden oluşmaktadır. Bu çalışmada yapı geçerlik ve güvenilirliği faktör analizi ile yapılmıştır.

İşlevsel ve finansal performans: İşletmelerin performans düzeylerini tespit etmek için Wang ve Wang'ın (2012) geliştirdikleri altı ifadeli işlevsel performans ve dört ifadeli finansal performans ölçekleri kullanılmıştır. Ölçek, bu çalışmada ve bazı Türkçe çalışmalarda kullanılmış, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır (Doğan ve Doğan, 2017; Keskin vd., 2018).

Veri analizi

Geliştirilen hipotezleri test etmek için yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılmıştır. Öncelikle Mahalanobis uzaklık testi ile uç değerler tespit edilmiştir. Bir deneğin uç değer kabul edilebilmesi için Mahalanobis uzaklık oranının küçük örneklerde 2.5'ten büyük olması, büyük örneklerde ise 3 veya 4'ten büyük olması gerekmektedir (Hair vd., 2013, s. 65). Bu çalışmada oranı 4'ten büyük bir uç değere rastlanmamıştır. Çok değişkenli normal dağılımı test etmek amacıyla çarpıklık ve Basıklık (Skewness and Kurtosis) testi yapılmıştır (Schumacker ve Lomax, 2016, s. 35). Bu teste göre çarpıklık değerlerinin -.914 ve -.522 aralığında olduğu ve basıklık değerlerinin ise -.201 ve +.695 değerleri arasında olduğu ve verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir (Kline, 2011, s. 160). Sonrasında doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. DFA sonuçlarına göre faktör yükü 0.60'nin altında kalan iki ifade işlevsel performans ölçeğinden çıkarılmıştır (Hair vd., 2013, s. 103). Bu iki ifadenin analizlerden çıkarılması sonucu uç değere rastlanmamıştır (Mahalanobis D (36) > 140.995; p<.01). Çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki aşamalı yaklaşım tercih edilmiştir (Anderson ve Gerbing, 1988). Aracılık testi için önyükleme güven aralıkları yöntemi kullanılmıştır (Hayes, 2013).

Bulgular

Ölçüm modeli

Gizil olayın (latent phenomena) doğası ve boyut sayısı gibi yapısı ve gözlenen değişkenlerin tekil ve kolektif performansını öğrenmek için doğrulayıcı faktör analizleri (Bowen ve Guo, 2011, s. 9-10) gerçekleştirilmiştir.

Akaike Bilgi Kriteri (*Akaike information criterion-AIC*) ve İstikrarlı Akaike Bilgi Kriteri (*Consistent Akaike information criterion-CAIC*) farklı sayıdaki gizil değişkenlerin bulunduğu modellerin kıyaslanması için kullanılmaktadır. AIC ve CAIC değerleri daha küçük olan modelin tercih edilmesi önerilmektedir (Schumacker ve Lomax, 2010, s. 90; Byrne, 2010, s. 82). Bu doğrultuda öncelikle dört boyuttan oluşan bilgi yönetimi ölçeğinin hem birinci düzey hem de ikinci düzey DAF analizleri yapılmış ve ölçeğin AIC ve CAIC değerleri dikkate alınarak her iki düzey kıyaslanmıştır. Bilgi yönetimi ölçeğinin ikinci düzey DFA değerlerinin birinci düzey DFA değerlerinden daha küçük olduğu görülmektedir (sırasıyla; $\chi^2(532.974)/sd(205)=2.600 < \chi^2(530.750)/sd(203)=2.615$; **AIC=628.974** < AIC=630.750; **CAIC=869.983** < CAIC=881.802). Kıyaslama sonucunda bilgi yönetimi ölçeğinin ikinci düzey DFA sonuçlarının daha iyi olması ve araştırmanın amacı doğrultusunda, bilgi yönetimi ölçeği; ölçüm modelinde ikinci düzeyde ele alınmıştır. Diğer ölçekler tek boyutludur ve birinci düzeyde DFA'ne tabi tutulmuştur. YEM'in ilk adımı olan ölçüm modeli test edilmiş (Anderson ve Gerbing, 1988) ve modelinin uyum değerleri ve yapı geçerliği (ayırt edici ve yakınsak geçerlikler) incelenmiştir (Hair vd., 2013, s. 605). Bu bulgular Tablo 1'de detaylı olarak sunulmuştur.

Tablo 1. Ölçüm Modeli

Boyut	İfadeler	F. Yükü	t	YG	OAV	Korelasyon		
Bilgi yönetimi (BY)				.93	.77	SS	.693 ^a ***	.480 ^b
Bilgiyi edinme	İşletmemizde, müşteriler ile ilgili bilgi edinmek için süreçler vardır.	.726	Fix.			İP	.317 ^a ***	.100 ^b
	İşletmemizde, mevcut bilgilerden yeni bilgiler oluşturan süreçler vardır.	.757	14.948			FP	.213 ^a ***	.045 ^b
	İşletmemizde, tedarikçiler ile ilgili bilgi edinmek için süreçler vardır.	.783	15.467					
	İşletmemizde, iş ortakları ile bilgi değişimini sağlayan süreçler vardır.	.758	14.965					
	İşletmemizde, sektördeki yeni mal ve hizmetler hakkında bilgi edinmek için süreçler vardır.	.735	14.489					
	İşletmemizde, rakipler ile ilgili bilgi edinmek için süreçler vardır.	.737	14.537					
Bilgiyi dönüştürme	İşletmemizde, bilgiyi yeni ürün tasarımına dönüştüren süreçler vardır.	.678	Fix.					
	İşletmemizde, kullanılacak bilgiyi işe yaramayan bilgiden ayıracak filtreleme süreçleri vardır.	.722	13.049					
	İşletmemizde, bireysel bilginin örgütsel bilgiye dönüşmesini sağlayan süreçler vardır.	.813	14.431					
	İşletmemizde, bilgiyi işletmenin tamamına dağıtan süreçler vardır.	.771	13.815					
	İşletmemizde, toplanan bilgileri sınıflandırmak için süreçler vardır.	.740	13.337					
Bilgiyi uygulama	İşletmemizde, deneyimlerden öğrenilen bilgilerden faydalanmak için süreçler vardır.	.673	Fix.					
	İşletmemizde, verimliliği geliştirmek için bilgi kullanılır.	.735	13.352					
	İşletmemiz, stratejik yönelimini (stratejik konumunu) belirlemek için bilgiyi kullanır.	.790	14.204					
	İşletmemiz, değişen rekabet koşullarına bilgiyi uygular ve konumlar.	.817	14.615					
	İşletmemizde, yeni bilgidен yararlanılır.	.748	13.553					
Bilgiyi muhafaza etme	İşletmemizde, rekabetçi ihtiyaçlar için sahip olunan bilgi ivedilikle kullanılır.	.755	13.663					
	İşletmemizde, örgüt içinden kişilerin bilgiyi sızdırmasını önleyen süreçler vardır.	.742	Fix.					
	İşletmemizde, örgüt dışından kişilerin bilgiyi sızdırmasını önleyen süreçler vardır.	.772	15.355					
	İşletmemizde, bilginin korunmasını teşvik eden mekanizmalar vardır.	.757	15.044					
	İşletmemiz, bireylerin sahip olduğu bilgiyi korur ve değer verir.	.761	15.131					
Sosyal sermaye (SS)				.91	.63	IP	.321 ^a ***	.103 ^b
	İşletme içi koordinasyon ve ekip halinde çalışma, hizmet anlayışımızın önemli bir parçasıdır.	.815	Fix.			FB	.192 ^a ***	.036 ^b
	Bölümler arası ortak çalışmalar gelişim sürecimiz açısından önemlidir.	.798	18.413					
	Yöneticilerle çalışanlar arasında yüksek düzeyde güven vardır.	.855	20.288					

İşletmenin misyonu, değerleri ve hedefleri tüm çalışanlar tarafından açık şekilde anlaşılması ve sahiplenilmiştir.	.747	16.838					
Yöneticiler, işletmenin misyon, değer ve hedeflerini gerçekleştirmeye odaklanmıştır.	.810	18.800					
İşlevsel performans (İP)			.85	.58	FB	.764 ^a	.584 ^b

Rakiplere kıyasla işletmenin müşteri tatmini	.794						
Rakiplere kıyasla işletmenin kalite gelişimi	.757	15.629					
Rakiplere kıyasla işletmenin değişimlere cevap verme yeteneği	.752	15.513					
Rakiplere kıyasla işletmenin verimliliği	.754	15.567					
Finansal performans (FP)			.86	.60			
Rakiplere kıyasla işletmenin ortalama yatırım getirisi	.774						
Rakiplere kıyasla işletmenin ortalama karlılığı	.738	14.866					
Rakiplere kıyasla işletmenin kar artışı	.800	16.201					
Rakiplere kıyasla işletmenin ortalama satış getirisi	.773	15.625					

Uyum iyiliği istatistiği: $X^2(1325.129) / sd(584) = 2.269$; CFI=.92; SRMR=.045; GFI=.85; RMSEA=.056

Fix: İfade 1'e sabitlenmiştir. ^aGizil değişkenler arasındaki korelasyon; ^bGizil değişkenler arasındaki korelasyonun karesi. Bütün korelasyonlar $p < .001$ düzeyinde anlamlıdır. YG: Yapı güvenirliği; OAV: Ortalama açıklanan varyans

Byrne (2016, s. 127-128) ve Kline'nın (2016, s. 269) çalışmalarına dayanarak minimum rapor edilmesi gereken iyi uyum değerleri olarak X^2/sd , CFI, SRMR, GFI, RMSEA verilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere ölçüm modelinin uyum iyiliği değerlerinin ($X^2/sd=2.269$; CFI=.92; SRMR=.045; GFI=.85; RMSEA=.056) kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu anlaşılmaktadır (Schermelleh-Engel vd., 2003). Yapı geçerliliği için yakınsak ve ayırt edici geçerlilikler kontrol edilmiştir. Yakınsak geçerlilik için faktör yük değerleri ve ortalama açıklanan varyans (OAV) değerleri incelenmiştir. Buna göre tüm ifadeler için faktör yüklerinin ve OAV değerlerinin önerilen minimum değer 0.50'nin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Yapı güvenirliliği (YG) değerlerinin de 0.70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Buna göre yakınsak geçerliğin sağlandığı belirtilebilir (Diamantopoulos ve Siguaw, 2000, s. 90; Hair vd., 2013). Ayırt edici geçerlilik gizil değişkenler arasındaki korelasyon oranlarına dayanmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde her bir gizil değişkenin OAV değerinin, diğer bir gizil değişkenle olan korelasyon karesinden daha yüksek olduğu görülmektedir (Fornell ve Larcker 1981, s. 46; Hair vd., 2013, s. 605). Bu tespite dayanarak ayırt edici geçerliliğin sağlandığı belirtilebilir.

Yapısal model

Araştırma amacı kapsamında geliştirilen modelin ve hipotezlerin test edilmesi için YEM uygulanmıştır. Uygulanan YEM'e ilişkin sonuçlar Şekil 1'de özetlenmiş ve Tablo 2'de detaylı bir şekilde sunulmuştur. YEM sonucunda elde edilen uyum indekslerinin iyi ve kabul edilebilir düzeylerde olduğu anlaşılmıştır ($X^2/sd=2.620$; CFI=.90; SRMR=.076; GFI=.83; RMSEA=.063).

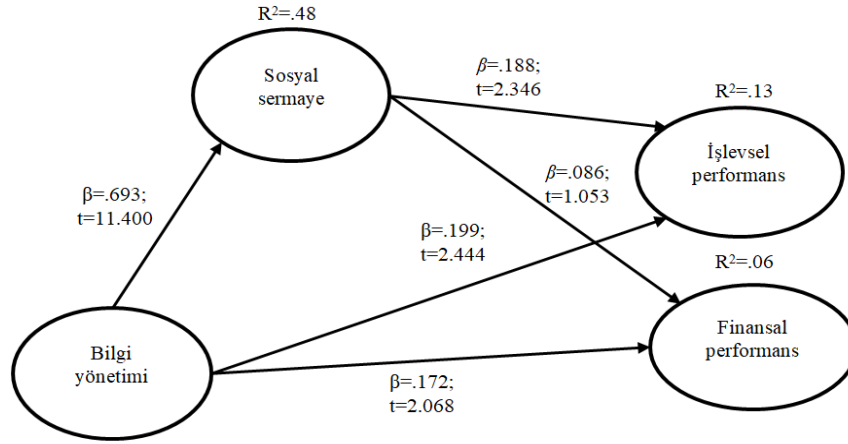
Tablo 2. Yapısal Model Sonuçları

Hipotezler	İlişkiler	Std. Faktör Yüğü (β)	t değerleri	P	R2	Sonuç
H1	BY→SS	.693	11.400	.000	.48	Kabul
H2	BY→İP	.199	2.444	.015	.13	Kabul
H3	BY→FP	.172	2.068	.039	.06	Kabul
H4	SS→İP	.188	2.346	.019		Kabul
H5	SS→FP	.086	1.053	.293		Red

Uyum iyiliği istatistiği: $\chi^2(1532.464) /sd(585) = 2.620$; CFI=.90; SRMR=.076; GFI=.83; RMSEA=.063

BY: Bilgi yönetimi, İP: İşlevsel performans, FP: Finansal performans, SS: Sosyal sermaye

Tablo 2’de görüldüğü üzere bilgi yönetimi sosyal sermayeyi pozitif ve anlamlı şekilde etkilemektedir ($\beta=.693$; $p<.01$) ve sosyal sermayedeki değişimin %48’ni açıklamaktadır. Dolayısıyla bu bulgu H1 hipotezini desteklemektedir. Bununla birlikte bilgi yönetiminin işlevsel ve finansal performans üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir, sırasıyla ($\beta=.199$; $p<.05$; $\beta=.172$; $p<.05$). Bu bulguya dayanarak H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir. Ayrıca işlevsel performansın %13’ü ve finansal performansın %6’sı öncül değişkenler bilgi yönetimi ve sosyal sermaye tarafından açıklandığı görülmektedir. Öte taraftan sosyal sermayenin işlevsel performans üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye, ancak finansal performans üzerinde anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu tespitler doğrultusunda H4 hipotezi kabul edilirken, H5 hipotezi reddedilmiştir.



Uyum iyiliği istatistiği: $\chi^2(1532.464) /sd(585) = 2.620$; CFI=.90; SRMR=.076; GFI=.83; RMSEA=.063

Şekil 1. Yapısal Model Sonuçları

Sosyal sermayenin aracılık etkisi

Sosyal sermayenin söz konusu değişkenler arasındaki aracılık rolünün incelenmesi için ilk olarak sosyal sermayenin yer almadığı, yalnızca bilgi yönetiminin işlevsel performans ve finansal performans üzerindeki direkt etkisi ölçülmüştür. Buna göre bilgi yönetiminin tek başına işlevsel ve finansal performans üzerinde orta seviyede bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir, sırasıyla ($\beta=.334$; $t=5.730$; $p<.001$; $\beta=.242$; $t=4.214$; $p<.001$). Daha sonra sosyal sermayenin aracılık rolü, önyükleme yöntemi ile araştırılmıştır. Önyükleme yöntemi çoğu koşul altında standardize dolaylı (*indirect*) etkiler için en güçlü ve elde edilen güvenilirlik limitlerinin

en makul yöntemini sağlamaktadır (Preacher ve Hayes, 2008, s. 886). Önyükleme yöntemleri içerisinde en yaygın olarak BC önyükleme yöntemi tavsiye edildiği için (Hayes, 2009, s. 116; Cheung, 2007, s. 238; MacKinnon vd., 2004, s. 120; Lederman ve Macho, 2009, s. 665; Williams ve MacKinnon, 2008, s. 37) bu yöntem tercih edilmiştir. BC önyükleme yönteminde belirli bir alt örneklem sayısı belirlenmesi gerekmektedir. Bu noktada alt örneklem olarak literatürde genellikle önerilen 1000 örneklem değeri kullanılmıştır (Cheung ve Lau, 2008, s. 301; Preacher ve Hayes, 2004, s. 722). BC önyükleme yöntemine göre sosyal sermayenin aracılık rolüne ilişkin sonuçlar Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Sermayenin Aracılık Rolü

Hipotez	İlişkiler	Sosyal sermaye olmaksızın (β)	Sosyal sermaye ile (β)	Sonuç
H6	BY→İP	.334***	.199*	Red
H7	BY→FP	.242***	.172*	Red
Aracılık modeli güven aralıkları				
			BY→İP	BY→FP
Güven aralığı	Alt sınır		-.018	-.070
	Üst sınır		.278	.217
	Dolaylı etki		.131	.060

***p<.000;*p<.05

Direkt etki dikkate alındığında aracı değişken, sosyal sermayenin bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolüne sahip olduğu gibi bir izlenim ortaya çıkmaktadır. Ancak, sosyal sermayenin bilgi yönetimi ile işlevsel performans ve finansal performans arasındaki ilişkide standardize edilmiş dolaylı etkinin anlamlı olmadığı Tablo 3’de görülmektedir. Bu bulgu H6 ve H7 hipotezlerini desteklemediği için bu hipotezler kabul edilmemiştir. Bu anlamda, sosyal sermaye bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenmemektedir.

Sonuç

Örgütler çeşitli amaçları gerçekleştirmek üzere kurulmuş yapılanmalardır. Amaçların gerçekleştirilme düzeyi ile işlevsel ve finansal performans arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Fakat örgütsel performansın arzu edilen düzeyde gerçekleşmesi bir takım öncüllerin varlığını gerekli kılmaktadır. Bu öncüller içerisinde bilgi yönetimi uygulamaları çevresel değişimlerin içselleştirilmesi ve yeni bilginin yaratılması, örgütsel sosyal sermaye ise çevresel değişimlere uyum sağlanması süreçlerinde üstlendikleri işlevler nedeniyle ön plana çıkmaktadırlar. Çalışmanın örneklem çerçevesini, Konya ilinde bulunan organize sanayi ve küçük sanayi sitelerindeki işletmelerde görev yapan çalışanlar oluşturmaktadır. Bu çalışma, bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık rolünü test etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Teorik çıkarımlar

Bu çalışma bir takım teorik sonuçlar sunmaktadır. İlk olarak bilgi yönetimi ile sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki olduğuna yönelik bulgu teorik ve uygulamalı çalışma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir (Yli-Renko vd., 2001; Damirchi vd., 2012; Liu ve Lee, 2015; Bharati

vd., 2015). Bu doğrultuda Miković ve diğerleri (2019) sosyal sermayenin kar amacı güden işletmelerde olduğu gibi kar amacı gütmeyen işletmelerde de bilgi yönetimini pozitif olarak etkilediğini bildirmektedirler. Ayrıca örgütler açısından sosyal sermayenin, bilginin transfer edilmesi, anlamlı bir şekilde paylaşılması (Daud ve Wan Yusoff, 2010, s. 142), bilginin yakalanması, kodlanması ve aktarılmasında ve kaynak değişimi ve farklı kombinasyonlarla inovasyonlar yaratılmasında önemli roller oynaması (Hoffman vd., 2005, s. 98) bu çalışma bulgusu ile örtüşmektedir. Bununla birlikte işletmeyi geleceğe hazırlama sanatı ve bilimi olan bilgi yönetimi boyutlarından bilginin doğru ve zamanlı paylaşılması sosyal iletişim ve etkileşimin kalitesini geliştirmekte ve aynı zamanda bilginin kalitesini de artırmaktadır (Chiu, vd.,2006).

İkinci olarak sonuçlar, bilgi yönetiminin işlevsel ve finansal performansı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bu bulgu, bilgi yönetiminin ekonomik performans (Andreeva ve Kianto, 2012), inovasyon performansı (Alegre vd., 2013) ve örgütsel performans (Lee ve Choi, 2003; Karaman ve Kale, 2009; Çakar vd., 2010; Ahmed vd., 2015; Inkinen, 2016) üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu bildiren benzer çalışmalarla örtüşmektedir. Ek olarak İpçioğlu ve Kahya'nın (2016) otomotiv sektörü üzerinde yaptıkları çalışma sonuçları, bilgi yönetimin finansal performans ve finansal olmayan performans pozitif etkilediğini doğrulamaktadır. Bilgi temelli görüş, örgütler arasındaki performans farklıklarının temelinde sahip olunan bilgi düzeyi, bilgi yaratma ve bilgiyi kullanma kapasitesinin yattığını savunmaktadır (Andreeva ve Kianto, 2012, s. 620). Bu anlamda analizler sonucunda elde edilen bulguların beklenen sonuçlar olduğu söylenebilir.

Teorik olarak bu çalışmanın üçüncü katkısının sosyal sermayenin işlevsel performans ve finansal performans arasındaki ilişkiye dair testleri olduğu belirtilebilir. Bu konudaki ilk bulgu, sosyal sermayenin işlevsel performansı pozitif etkilediğini göstermektedir. Bu bulgunun paralelinde Chu ve diğerleri (2017) bilişsel ve ilişkisel sosyal sermayenin işlevsel performansı pozitif etkilediğini bildirmektedirler. Whipple ve arkadaşları (2015), alıcı ve tedarikçilerin yüksek sosyal sermayeye sahip oldukları durumlarda arzulan işlevsel performansa ulaşabildiğini tespit etmişlerdir. İşletmeler açısından performansı (örgütsel performans ve performans gibi) bütüncül olarak ele alan çalışmalarda ortaya konan, sosyal sermayenin örgütsel performansı olumlu yönde etkilediği şeklindeki bulguların bu çalışma bulgusu ile örtüştüğü ifade edilebilir (Leana ve Pil, 2006; Andrews, 2010; Lins vd., 2017; Liu, 2017). Bununla birlikte Shaw ve diğerleri (2005), sosyal sermaye kayıplarının bütüncül olarak örgütsel performansı negatif etkilediğini belirtmektedir. Diğer taraftan bu çalışma, sosyal sermaye ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucunu ortaya koymaktadır. Bu bulgunun paralelinde Zhang ve Fung (2006), Çin'deki özel işletmelerin sosyal örgütlere olan üyelikleri neticesinde doğan sosyal sermayenin finansal performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını belirtmektedirler. Subramony ve diğerleri (2018), sosyal sermayenin satış büyümesi üzerinde anlamlı bir etkinin olmadığını tespit etmiştir. Örgütlerin sosyal sermayelerinin işlevsel performansı artırırken finansal performansı arttırmamasının sebebi olarak, işletme ilişkilerinin ekonomik konularda sembolik olduğu (Zhang ve Fung, 2006) ve bu etkide işletmelerin sosyal sermayelerini etkileyen temel faktörlerin güven ve davranış (Solow, 2000, s. 7-8) gibi faktörler olması gösterilmektedir.

Bu çalışmanın teorik olarak son katkısı, bilgi yönetimi ile işlevsel ve finansal performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık etkisine yönelik elde ettiği bulgulardır. Bu doğrultuda ilk olarak, bilgi yönetimi ile işlevsel performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık rolü üstlenmediği tespit edilmiştir. Bu bulgu, bu iki değişken arasında sosyal sermayenin aracılık rolü üstlendiği tespitinde bulunmuş çalışmalarla örtüşmemektedir (Daud ve Wan Yusoff, 2010; Biçkes vd., 2017). İkinci olarak, bilgi yönetimi ile finansal performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık rolü üstlenmediği yönündeki bulgu ise Biçkes ve arkadaşlarının (2017) turizm işletmeleri üzerinde yaptıkları çalışmada elde ettikleri sonuçla paralellik göstermektedir.

Bilgi yönetimi ile işlevsel performans ve finansal performans arasındaki ilişkide sosyal sermayenin aracılık rolüne sahip olmadığı yönündeki bulgu, çoğunluğunu işgörenlerin oluşturduğu katılımcıların örgütlerinin sahip olduğu sosyal sermayenin boyutları ve doğurduğu etkiler hakkında net bir bilgiye sahip olmamaları varsayımıyla açıklanabilir.

Yönetimsel çıkarımlar

Ortaya konan araştırma bulguları ve dile getirilen teorik bilgiler, uygulayıcılar açısından bazı stratejilerin ve uygulamaların şekillendirilmesi noktasında yol gösterici niteliktedir. Çalışma sonuçları bilgi yönetimi ile sosyal sermaye arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bilgi yönetiminin örgütlerin en iyi stratejik kararı verebilmelerinde önemli bir kaynak olması sebebiyle imalat işletmeleri çalışanlarına bilgi yönetimi uygulamalarına yönelik iş dışında ve iş başında eğitimler verebilirler. Böylece daha etkin bilgi yönetimi uygulamaları gerçekleştirebilirler. Sosyal sermaye işletmenin iç ve dış çevresindeki etkileşim ve sosyal ilişkilerinden doğduğu için, işletmeler paylaşılan kültür, yönetim felsefesi, yönetim uygulamaları, biçimsel olmayan ağ sistemleri, koçluk ve mentörlük ilişkileri gibi sosyal sermayeyi zenginleştiren konulara daha bir hassasiyetle yaklaşmak durumundadırlar. Ayrıca, örgütsel sinerjiyi artırmak, örgütün iş yapma kapasitesini yükseltmek, resmi kontrol ihtiyacını azaltmak, kolektif çabayı kolaylaştırmak, bilgiye zamanlı erişmek, entelektüel sermayeyi geliştirmek adına örgütsel sosyal sermayeye yatırım yapmaları gerekmektedir. Bununla birlikte işletmelerin bilgi yönetimi süreçlerine sosyal sermayeyi destekleyici faaliyetleri entegre etmelerinin yerinde olacağı belirtilebilir.

Bu çalışma özelinde, gerek işlevsel ve gerekse finansal performansı artırmanın yolu bilgi yönetimi uygulamalarına işlerlik kazandırmaktır. İmalat işletmeleri öncelikle bilgi yönetimine yönelik resmi bir altyapı oluşturmalıdırlar. Bu anlamda bilgiyi elde etmeleri, zamanlı paylaşmaları, değer yaratma sürecine ve temel yetenek tabanlı stratejilere entegre etmeleri gerekmektedir. Ayrıca imalat işletmeleri yöneticilerinin örgüt kültürüne bilgi yönetimi sürecini yerleştirmeleri ve çalışanların katılımlarını teşvik edecek sistemler oluşturmaları önerilebilir. Bilgi yönetimine verdikleri önem ve kuracakları sistem doğrultusunda kaynaklarını daha etkin kullanabilecek, dolayısıyla daha inovatif ve daha yüksek performans düzeyine sahip olabileceklerdir.

Son olarak çalışma bulguları sosyal sermayenin işlevsel performansı pozitif etkilediğini göstermektedir. Bu anlamda, imalat işletmelerinin stratejik yönetim uygulamalarına sosyal sermayelerini geliştirmeye yönelik planlı yatırımları dahil etmeleri gerekmektedir. Böylece gerçekleştirecekleri sosyal etkileşimler vasıtasıyla işlevsel performanslarının artacağı belirtilebilir.

Kısıtlılıklar ve gelecek çalışmalara öneriler

Toplumsal nitelikli araştırmalarda olduğu gibi bu çalışmada da bir takım sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışanların kendi işletmelerine dair bilgi yönetimi, sosyal sermaye, işlevsel ve finansal performans algularının incelendiği bu uygulamalı çalışmanın sadece Konya ilindeki imalat işletmelerini kapsaması bir sınırlılık olarak görülebilir. Dolayısıyla araştırma bulgularının tüm üretim ve imalat işletmelerine genellenemeyeceği belirtilebilir. Gelecek çalışmalarda değişkenler arasındaki ilişkiler teknoloji, üretim, dağıtım, ulaştırma, otomotiv ve turizm gibi farklı sektörler üzerinde test edilebilir. Bir diğer sınırlılık ise çalışma verilerinin kesitsel olarak derlenmiş olmasıdır. Kesitsel araştırmalar, verilerin katılımcıların belirli bir zaman diliminde algularına dayanmasını ifade etmektedir. Bu anlamda Karazsia ve Berlin (2018), üçüncü bir değişkenin hem aracı hem düzenleyici olabileceğini ileri sürerken, kesitsel çalışmalarda değişkenin hangi rolü üstlendiğine karar vermenin zor olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla, aracı ve düzenleyici rolün incelendiği çalışmalarda değişkenin hangi rolü üstlendiğini net olarak ortaya koyabilmenin boylamsal araştırmalarla mümkün olabileceğini ileri sürmektedirler. Bu çerçevede, gelecek çalışmaların boylamsal nitelikte olması önerilebilir. Ayrıca bilgi yönetimi, sosyal sermaye, işlevsel ve finansal performans değişkenleri çeşitli bağımsız ve bağımlı değişkenlerle incelenebilir. Sosyal sermaye ve bilgi yönetimi farkındalığının geliştirilmesi ve resmi bir alt yapının işletmelerde nasıl kurulabileceğine dair çalışmalar yürütülebilir.

Kaynakça

- Acquaah, M. (2007). Managerial social capital, strategic orientation, and organizational performance in an emerging economy. *Strategic Management Journal*, 28(12), 1235-1255.
- Ahmed, S., Fiaz, M., Shoaib, M. (2015). Impact of knowledge management practices on organizational performance: An empirical study of banking sector in Pakistan. *FWU Journal of Social Sciences*, 9(2), 147-167.
- Alegre, J., Sengupta, K., Lapiedra, R. (2013). Knowledge management and innovation performance in a high-tech smes industry. *International Small Business Journal*, 31(4), 454-470.
- Anderson, J. C., Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Andreeva, T., Kianto, A. (2012). Does knowledge management really matter? Linking knowledge management practices, competitiveness and economic performance. *Journal of Knowledge Management*, 16(4), 617-636.
- Andrews, R. (2010). Organizational social capital, structure and performance. *Human Relations*, 63(5), 583-608.
- Baş, T. (2013). *Anket*. Ankara: Seçkin.
- Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study. *Organization studies*, 24(4), 535-556.
- Bayo-Moriones, A., de Cerio, J. M. D. (2002). Human resource management, strategy and operational performance in the Spanish manufacturing industry. *M@ n@ Gement*, 5(3), 175-199.

- Bharati, P., Zhang, W., Chaudhury, A. (2015). Better knowledge with social media? Exploring the roles of social capital and organizational knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 19(3), 456-475.
- Biçkes, D. M., Özdevecioğlu, M. (2016). İşletmelerde Örgütsel Öğrenmenin Finansal Performans Üzerindeki Etkisi ve İnovasyonun Aracılık Etkisi. *The Journal of Academic Social Science*, 4(25), 8-28.
- Biçkes, D. M., Yılmaz, C., Karaca, M. (2017). The Effects of Knowledge Management Practices on Organizational Performance: Mediating Role of Organizational Social Capital. Rasim Yılmaz, Mehmet Ali Icbay, Hasan Arslan (Ed.), *Research and Development on Social Sciences*, (s. 271-279).
https://www.researchgate.net/profile/Betuel_Balikcioglu/publication/322386412
- Birasnav, M., Chaudhary, R., Scillitoe, J. (2019). Integration of social capital and organizational learning theories to improve operational performance. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 20(2), 141-155.
- Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R., De Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23(3), 227-236.
- Bowen, N. K., Guo, S. (2011). *Structural Equation Modeling*. New York: Oxford University Press. <https://books.google.com.tr/books>.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., Stank, T. P., Keller, S. B. (2000). How supply chain competency leads to business success. *Supply Chain Management Review*, 4(4), 70-78.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concepts, Applications, and Programming* (2nd Edition). New York: Routledge.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concepts, Applications, and Programming* (3rd Edition). New York: Routledge.
- Çakar, N. D., Yıldız, S., Dur, S. (2010). Bilgi Yönetimi ve Örgütsel Etkinlik İlişkisi: Örgüt Kültürü ve Örgüt Yapısının Temel Etkileri. *Ege Academic Review*, 10(1), 71-93.
- Chairungruang, S. (2016). *A Secret Ingredient for Smes Performance: Human Resource Management in Cafés and Restaurants in Auckland and Waikato*, (Doctoral Thesis). The University of Waikato, New Zealand.
- Cheung, G. W., Lau, R. S. (2007). Testing mediation and suppression effects of latent variables: Bootstrapping with structural equation models. *Organizational Research Methods*, 11(2), 296-325.
- Cheung, M. W. (2007). Comparison of approaches to constructing confidence intervals for mediating effects using structural equation models. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 14(2), 227-246.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872-1888.
- Chu, S., Yang, H., Lee, M., Park, S. (2017). The impact of institutional pressures on green supply chain management and firm performance: Top management roles and social capital. *Sustainability*, 9(5), 764.

- Corbett, C., van Wassenhove, L. (1993). Trade-offs? What trade-offs? Competence and competitiveness in manufacturing strategy. *California Management Review*, 35(4), 107-122.
- Covin, J. G., Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Damirchi, Q. V., Vazifeh, R., Basharlou, M. J. (2012). Knowledge management and social capital at Islamic Azad University case study: Germe branch. *Oman Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(4), 46-52.
- Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 101-115.
- Darroch, J., McNaughton, R. (2003). Beyond market orientation: Knowledge management and the innovativeness of New Zealand firms. *European Journal of Marketing*, 37(3/4), 572-593.
- Daud, S., Wan Yusoff, F. W. (2010). Knowledge management and firm performance in smes: The role of social capital as a mediating variable. *Asian Academy of Management Journal*, 15(2), 135-155.
- Dess, G. G., Shaw, J. D. (2001). Voluntary turnover, social capital, and organizational performance. *Academy of Management Review*, 26(3), 446-456.
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A. (2000). *Introducing Lisrel: A Guide for the Uninitiated*. London: Sage.
- Doğan, H., Doğan, M. (2017). Yenilikçilik ve Performans: Yüksek Teknoloji Kullanan Firmalar Üzerine Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 153-162.
- Erbil, C., Ögüt, A. (2016). Örgütsel Sosyal Sermayenin İnşasında Çalışanların Değişen Rolü: Richard Sennett'in Perspektifinden Yeni Kapitalizm Örgütlerine Bakış. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 192-216.
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- Gholami, M. H., Asli, M. N., Nazari-Shirkouhi, S., Noruzy, A. (2013). Investigating the influence of knowledge management practices on organizational performance: An empirical study. *Acta Polytechnica Hungarica*, 10(2), 205-216.
- Göksel, A., Aydınlatan, B., Bingöl, D. (2010). Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(04), 87-109.
- Gold, A. H., Malhotra A., Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Ha, S. T., Lo, M. C., Wang, Y. C. (2016). Relationship between knowledge management and organizational performance: a test on SMEs in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 184-189.
- Haber, S., Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures-the case of the tourism industry. *Journal of Small Business Management*, 43(3), 257-286.
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B. J., Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition (7th Edition)*. Essex: Pearson Education Limited.

- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication Monographs*, 76(4), 408-420.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: Guilford.
- Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., Sherif, K. (2005). Social capital, knowledge management, and sustained superior performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 93-100.
- Inkinen, H. (2016). Review of empirical research on knowledge management practices and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 20(2), 230-257.
- Inkinen, H. T., Kianto, A., Vanhala, M. (2015). Knowledge management practices and innovation performance in Finland. *Baltic Journal of Management*, 10(4), 432-455.
- Inman, R. A., Sale, R. S., Green, K. W., Whitten, D. (2011). Agile manufacturing: Relation to jit, operational performance and firm performance. *Journal of Operations Management*, 29(4), 343-355.
- İpçioğlu, İ., Kahya, D. (2016). Bilgi Yönetimi Sürecinin Örgütsel Performansa Etkisi ve Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(25), 179-204.
- Jaitly, N., Kumar, R. (2012). Knowledge management for the new world of business. *Journal of Commerce and Trade*, 7(1), 77-81.
- Javakhadze, D., Ferris, S. P., French, D. W. (2016). Social capital, investments, and external financing. *Journal of Corporate Finance*, 37, 38-55, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3180964
- Jiang, J. Y., Liu, C. W. (2015). High performance work systems and organizational effectiveness: The mediating role of social capital. *Human Resource Management Review*, 25(1), 126-137.
- Karaman, A. E., Kale, S. (2009). Bilgi Yönetimi Sağlayıcıları ve İnşaat Firmalarının Performansı. *Balikesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 28-41.
- Karazsia, B. T., Berlin, K. S. (2018). Can a mediator moderate? Considering the role of time and change in the mediator-moderator distinction, *Behavior Therapy*, 49(1), 12-20.
- Keskin, H., Şentürk, H. A., Beydoğan, A. (2018). Yenilikçilik Kalitesi Perspektifinden Bilgi Paylaşımı, Entelektüel Sermaye ve Performans İlişkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6 (3), 71-94.
- Kitchenham, B., Pfleeger, S. L. (2002). Principles of survey research: Part 5: Populations and samples. *ACM SIGSOFT Software Engineering Notes*, 27(5), 17-20.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd Edition). New York: Guilford.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th Edition). New York: Guilford.
- Koohang, A., Paliszkievicz, J., Goluchowski, J. (2017). The impact of leadership on trust, knowledge management, and organizational performance: A research model. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 521-537.
- Ladib, N. B. R. (2015). Effects of capacity knowledge management and entrepreneurial orientation on organizational effectiveness in the best Tunisian companies: Moderating role of social capital. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 5(1), 1-34.

- Leana, C. R., Pil, F. K. (2006). Social capital and organizational performance: Evidence from urban public schools. *Organization Science*, 17(3), 353-366.
- Ledermann, T., Macho, S. (2009). Mediation in dyadic data at the level of the dyads: A structural equation modeling approach. *Journal of Family Psychology*, 23(5), 661-670.
- Lee, H., Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: An integrative view and empirical examination. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 179-228.
- Lee, J. H., Jang, M., Choi, C. (2016). Social capital of corporate boards: Effects on firm growth. *Social Behavior and Personality*, 44(3), 453-462.
- Lee, L. T. S., Sukoco, B. M. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and knowledge management capability on organizational effectiveness in Taiwan: The moderating role of social capital. *International Journal of Management*, 24(3), 549-572.
- Li, C. P., Yahya, K. K., Yean, T. F. (2016). Organizational social capital and commitment-based hr practices as the determining factors of organizational performance. *International Journal of Business and Management*, 11(6), 129-144.
- Liebowitz, J. (2006). *Strategic Intelligence: Business Intelligence, Competitive Intelligence, and Knowledge Management*. FL: Auerbach.
- Lins, K. V., Servaes, H., Tamayo, A. (2017). Social capital, trust and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824.
- Liu, C. H. (2017). The relationships among intellectual capital, social capital, and performance—the moderating role of business ties and environmental uncertainty. *Tourism Management*, 61, 553-561.
- Liu, C. H., Lee, T. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital and knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 138-150.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Williams, J. (2004). Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128.
- Martínez-Cañas, R., Sáez-Martínez, F. J., Ruiz-Palomino, P. (2012). Knowledge acquisition's mediation of social capital-firm innovation. *Journal of Knowledge Management*, 16(1), 61-76.
- Merlo, O., Bell, S. J., Mengüç, B., Whitwell, G. J. (2006). Social capital, customer service orientation and creativity in retail stores. *Journal of Business Research*, 59(12), 1214-1221.
- Miković, R., Arsić, B., Gligorijević, Đ., Gačić, M., Petrović, D., Filipović, N. (2019). The influence of social capital on knowledge management maturity of nonprofit organizations—predictive modelling based on a multilevel analysis. *IEEE Access*, XX(7), 47929-47943.
- Nahapiet, J., Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Noe, R. A. (2010). *Employee Training and Development*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Ofori, D., Sackey, J. (2010). Assessing social capital for organisational performance: Initial exploratory insights from Ghana. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 1(2), 71-91.

- Omotayo, F. O. (2015). Knowledge management as an important tool in organisational management: A review of literature. *Library Philosophy and Practice, e-journal*, (Spring), 1-23. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1238>
- Özgener, Ş. (2005). Global Ölçekte Değer Yaratan Bilgi Yönetimi Stratejileri. Coşkun Can Aktan, İstiklal Y. Vural, (Ed.), *Bilgi Çağı Bilgi Yönetimi ve Bilgi Sistemleri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Palacios Marqués, D., José Garrigós Simón, F. (2006). The effect of knowledge management practices on firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 10(3), 143-156.
- Pitt, M., Tucker, M. (2008). Performance measurement in facilities management: Driving innovation?. *Property Management*, 26 (4), 241-254.
- Preacher, K. J., Hayes, A. F. (2004). Spss and sas procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 36(4), 717-731.
- Preacher, K. J., Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891.
- Rastogi, P. N. (2000). Knowledge management and intellectual capital—the new virtuous reality of competitiveness. *Human Systems Management*, 19(1), 39-48.
- Rasula, J., Vuksic, V. B., Stemberger, M. I. (2012). The impact of knowledge management on organisational performance. *Economic and Business Review for Central and South-Eastern Europe*, 14(2), 147.
- Ruíz, P., Martínez, R., Rodrigo, J. (2010). Intra-organizational social capital in business organizations: A theoretical model with a focus on servant leadership as antecedent. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, 1(1), 43-59.
- Şahin, Ş. (2014). Bilişim Sistemi Uygulamalarının İşletme Performansına Etkileri. *Dicle Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(6), 43-56.
- Saini, R. (2013). Impact of knowledge management practices on selected industries: A structural equation modeling approach. *Management & Marketing*, 8(4), 577-592.
- Santoro, G., Vrontis, D., Thrassou, A., Dezi, L. (2018). The Internet of Things: Building a knowledge management system for open innovation and knowledge management capacity. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 347-354.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schilirò, D. (2008). Knowledge, learning, networks and performance of firms in knowledge-based economies, *MPRA*, (May), 1-27. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/30901/>
- Schumacker, R. E., Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (3rd Edition). New York: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Schumacker, R. E., Lomax, R. G. (2016). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (4th Edition). New York: Routledge Psychology.
- Shaw, J. D., Duffy, M. K., Johnson, J. L., Lockhart, D. E. (2005). Turnover, social capital losses, and performance. *Academy of Management Journal*, 48(4), 594-606.
- Shorunke, O. A., Akinola, A. O., Ajayi, S. A., Ayeni, M. A., Popoola, S. O. (2014). Organisational support, knowledge sharing and utilisation as correlate of social capital of insurance

- managers in Lagos Metropolis. *Journal of Information and Knowledge Management*, 4(8), 53-63.
- Singh, S. K. (2008). Aspects of Knowledge Management: An Analysis. U. Dhar, VV Nath, S. K. Nair and P. K. Yadav (Ed.), *New Age Marketing: Emerging Realities* (p. 15-26). New Delhi: Anurag Jain.
- Solow, R. M. (2000). Notes on Social Capital and Economic Performance. Partha Dasgupta; Imail Serageldin (Ed.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective* (p. 6-10). Washington D.C: The World Bank. <https://books.google.com.tr/books>.
- Steiner, B., Wang, C. (2016). Social capital, religious affiliation and business performance in Denmark. *Academy of Management Proceedings*, 1, 17753.
- Subramony, M., Segers, J., Chadwick, C., Shyamsunder, A. (2018). Leadership development practice bundles and organizational performance: The mediating role of human capital and social capital. *Journal of Business Research*, 83, 120-129.
- Tan, L. P., Wong, K. Y. (2015). Linkage between knowledge management and manufacturing performance: A structural equation modeling approach. *Journal of Knowledge Management*, 19(4), 814-835.
- Tantardini, M., Kroll, A. (2015). The role of organizational social capital in performance management. *Public Performance & Management Review*, 39(1), 83-99.
- Tsai, F. S., Hsu, I. C. (2019). The effects of social capital on knowledge heterogeneity. *Management Decision*, 57(5), 1237-1253.
- Valmohammadi, C., Ahmadi, M. (2015). The impact of knowledge management practices on organizational performance: A balanced scorecard approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(1), 131-159.
- Wang, Z., Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899-8908.
- Whipple, J. M., Wiedmer, R., K. Boyer, K. (2015). A dyadic investigation of collaborative competence, social capital and performance in buyer-supplier relationships. *Journal of Supply Chain Management*, 51(2), 3-21.
- Williams, J., MacKinnon, D. P. (2008). Resampling and distribution of the product methods for testing indirect effects in complex models. *Structural Equation Modeling*, 15(1), 23-51.
- Wu, W., Lee, L., Pham, T. (2019). Examining the influence of expatriates' social capital and knowledge-sharing behavior on financial performance, *International Journal of Organizational Analysis*, <https://doi.org/10.1108/IJOA-07-2019-1822>.
- Yli-Renko, H., Autio, E., Sapienza, H. J. (2001). Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 587-613.
- Zhang, Q., Fung, H. G. (2006). China's social capital and financial performance of private enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(2), 198-207.



Dijital Aktivizm: Change.org Kampanyaları Üzerine Bir Analiz

Digital Activism: An Analysis of Change.Org Campaigns in Turkey

Prof. Dr. Emet Gürel¹ - Arş. Grv. Azra Nazlı²

Başvuru Tarihi: 07.04.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

İnternet ve yeni iletişim teknolojileri, çağcıl dünyanın önemli gündem maddelerinden biridir. Toplumsal değişime yönelik etkili bir katalizör olarak kabul edilen internet, işi ve işin yapılma şeklini değiştirerek yeni bir düzenin kurulmasını sağlamaktadır. Yaşama dair tüm olay ve olgular, yeni dünyaya özgü bu yeni platform üzerinde varlık göstermektedir. Öyle ki internet, aktivizm hareketleri için de bir mecra görevi görmektedir. Aktivizm, en yalın ifadeyle bireylerin ve toplumların daha güzel ve daha iyi bir dünya ümidinden beslenen eylemciliktir. 'Dijital aktivizm' olarak adlandırılan yeni aktivizm anlayışı, birey ya da örgütlerin arzuladıkları toplumsal değişimi yaratmak amacıyla dijital ortamda gerçekleştirdikleri etkinlikleri tanımlamaktadır. Slaktivizm -slactivism-, klicktivizm -clickivism-, taraf olma/savunuculuk aktivizmi -advocacy-, hashtag aktivizmi -hashtag activism-, hacktivizm -hacktivism-, info-aktivizm -information activism-, maktivizm -mactivism- ve aplikasyon aktivizmi -apptivism- gibi kavram ve etkinlikleri kapsayan dijital aktivizm aracılığı ile toplumsal değişim hareketleri farklı bir niteliğe bürünmektedir. Geniş kitlelere kolaylıkla ve hızla ulaşması, çok sesliliğe izin vermesi, farklı şekil ve yöntemlerle gerçekleştirilebilmesi, sosyal medya kanallarında çapraz paylaşılabilmesi dijital aktivizmin her geçen gün daha da yaygınlık kazanması sonucunu doğurmaktadır. Bu çalışma, dijital aktivizm kavramını mercek altına almakta ve söz konusu kavramı Change.org kampanyaları üzerinden analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, nitel desende tasarlanmıştır ve betimsel analiz ile uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular, belirli kategoriler oluşturularak yorumlanmış ve bulgulara ilişkin detaylar, çalışmanın sonuç kısmına yansıtılarak dijital aktivizme ilişkin çıkarımlar yapılmıştır. Çalışma, dijital aktivizmin Türkiye'deki yansımaları ve gelecek çalışmalara yönelik öneriler ile sonlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aktivizm, dijital aktivizm, Change.org

Abstract

The Internet and new communication technologies are among the most important topics of the modern world. The Internet is considered an effective catalyzer of social change and is establishing a new order by changing work and the way it is done. All events and phenomena

¹ Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, emet.gurel@ege.edu.tr ORCID: 0000-0002-5120-8042

² Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, azrakardelen.nazli@ege.edu.tr ORCID: 0000-0003-0565-1278

on life exist on this platform that is peculiar to this new world. The Internet serves as a channel for activism. In its simplest definition, activism is an act that is nourished from the individuals and societies' hope for a better and more desirable world. The new understanding of activism known as digital activism refers to activities performed on digital media to realize social changes that individuals and organizations want. Social change activities through digital activism contain notions and activities such as slactivism, clicktivism, advocacy, hashtag activism, hacktivism, information activism, mactivism, and apptivism. Reaching large masses easily and quickly, letting many people speak out, performing in different ways and methods, cross sharing on social media channels allow digital activism to enlarge each and every day. This study focuses on digital activism and aims to analyze this concept in Change.org campaigns. The study is designed in a qualitative method and is a descriptive analysis as a format. The data was interpreted in specific categories and deductions were made about digital activism reflecting details regarding the findings in this study's conclusion, which ends with the reflections on digital activism in Turkey and recommendations for future researches.

Keywords: *Activism, digital activism, Change.org*

Giriş

“Direniyorum, o halde varım!”

- “Resisto ergo sum!”-

Aktivizm, en yalın ifadeyle toplumsal değişim istenciyle gerçekleştirilen mücadeledir. Bu mücadele yakıtını, insanın direnen bir varlık olmasından almaktadır. Felsefi ifadeyle ise insan, direnen hayvandır. Camus (1997), insanı tam da bu bağlamda tanımlamaktadır: ‘Boşuna olduğu halde direnen insan’. Ona göre yaşamın anlamı ancak, dünyanın saçmalığını ve yenilginin daima tekrarlanacağını bile bile kötülüğe direnmektir; insanlığa gerçek boyutlarını ancak bu başkaldırı kazandırabilmektedir. İnsan doğasına koşut bir niteliği olan ve insanın daha iyi bir dünya arayışı ile karşılık bulan aktivizm; bir ‘dünya görüşü’, bir ‘felsefi yönelim’, bir ‘eylem doktrini’ ve bir ‘toplumsal hareket biçimi’ olarak nitelenebilmektedir. Aktivizm, tarihsel anlamda yeni bir olgu değildir ve köken olarak 19. yüzyıl ile birlikte başlayan toplumsal hareketlere dayanmaktadır. Bununla birlikte aktivizm, toplumsal değişim ve dönüşümlere koşut olarak evrilen bir yapıya sahiptir. Günümüzdeki anlamıyla aktivizm, geçmişe kıyasla daha teknolojik bir yönelimdedir. Yeni dünya düzeninin dinamiklerine koşut olarak gündeme gelen yeni aktivizm, dijital platformlara uyarlanan ve çağcıl toplumun sorun olarak algıladığı konulara yönelik kendini ifade etmesine olanak tanıyan bir niteliktedir. Bu bağlamda aktivizm, internet kullanımının yaygınlaşması ve yeni medya kanallarının ortaya çıkması ile hibrit bir yapıya bürünmüştür. Yeni medya ortamları; bireye hareket özgürlüğü, anında ve sürekli erişim imkanı, interaktivite şansı vermektedir. Böylelikle birey; fikrini, duygusunu, düşüncesini ifade etme amacıyla etkileşimli medya araçlarına daha fazla yönelmektedir. Çevrim içi sosyal ağlardaki büyüme ise, bireylere toplumsal konularda birlikte hareket etmek için bir dayanak noktası oluşturmaktadır.

Aktivizm

Aktivizm, toplumsal değişim arzusuyla kasıtlı olarak yapılan eylemdir. Daha geniş tanımıyla aktivizm, kişilerin kurum ya da kuruluşlar üzerinde baskı yaratarak sorunlu gördükleri politika, uygulama ya da durumları değiştirmeye yönelik çabalarıdır. Aktivizm etkinliklerine temel teşkil edebilen ve sorunlu olduğu düşünülen alan ve konular, oldukça çeşitli olabilmektedir. Öyle ki ekonomi, politika, din, çevre, ırk ve toplumsal cinsiyet gibi alan ve konular aktivizme konu olabilmektedir. Bu durum aktivizm hareketlerinin, yaşamın her alanına yayılacak denli zengin ve kapsamlı olması sonucunu doğurmaktadır.

Aktivizm, Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük'te (2019) Fransızca '*activisme*' kelimesinden Türkçe'ye girmiş bir kelime olarak gösterilmiş ve "eylemcilik" olarak karşılık bulmuştur. Eylemcilik ise, "eylemci olma durumu" olarak açıklanmıştır. Sert'e (2016) göre ise "aktivizm; toplumun ortak çıkarlarını tehdit eden bir sorunu çözebilmek adına gönüllü olarak örgütlenmiş bir grup insanın kamuların dikkatini çekebilmek ve soruna neden olan uygulamaları etkileyebilmek ya da istenen yönde değiştirebilmek için yürüttükleri mücadeledir".

Aktivizm, bir eylemlilik halidir ve bir özne aracılığıyla hayata geçmektedir. Aktivizmin temel aktörü, aktivisttir. Bu bağlamda *aktivist -activiste-*, aktivizm hareketlerine aktif olarak katılan kişi olarak tanımlanabilmektedir. Türkçede 'etkinci' olarak da adlandırılan bu kişi; aktivizm hareketinin kapsamı, türü, etkinliği gibi konularda belirleyici bir rol üstlenmektedir.

Aktivizm, temelde felsefi içeriğe sahip bir kavramdır. Akarsu (1975, s. 72) aktivizmi; "insan yaşamı ve düşüncesinin başlıca gerçekliğinin etki, eylem ve yapıp etmelerde olduğunu öne süren öğretisi ve dünya görüşü" olarak tanımlamaktadır. Hançerlioğlu (1994, s. 96) ise aktivizmi, 'etkincilik' olarak Türkçeleştirmekte ve "gerçeği eylemsel etkinliklerde bulan öğretilerin genel adı" olarak nitelemektedir.

Aktivizm anlayışı, felsefe tarihinde değişik biçimlerde ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Fichte'de dogmacılığa, doğalcılığa ve özdekçiliğe karşı düşüncel biçimde temellendirilmiştir. Nietzsche'de anlıkcılığa karşı gerçekçi-istenççi biçimde ifade bulmuştur. Marx'ta ise tüm kuramsal dünya görüşlerine karşı gerçekçi-özdekçi biçimde, dünyayı tanımak ve yorumlamak yerine değiştirmek isteyen bir dünya görüşü olarak belirlemiştir. Öyle ki bir etkinlik ve eylem felsefesi olan Marxcılığa göre insan, eylemde bulunarak insanlaşmıştır (Akarsu, 1975, s. 72; Hançerlioğlu, 1994, s. 97).

Aktivizminin felsefi geçmişi eskiye dayansa da, bir eylem biçimi olarak toplum sahnesinde girmesi görece yakın bir dönemde olmuştur. İnsanın daha iyi, daha güzel ve daha eşit bir dünya arayışı evvel ezel var olmuştur. Ancak bu arayışın toplumsal bir nitelik kazanması ve kitleselleşmesi, 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Öyle ki Giddens da toplumsal hareketlerinin büyük oranda çağdaş dünyanın bir özelliği olduğuna dikkat çekmektedir. Giddens'a (2000, s. 540) göre "toplumsal hareket; yerleşik kurumlar alanının dışındaki toplu eylemler yoluyla, ortak bir çıkarı korumak ya da ortak bir hedefe erişmeyi sağlayabilmek için girişilen toplu bir çabadır".

Toplumsal hareketler, 19. yüzyılda gerçekleşen işçi hareketleri ile başlatılmaktadır. Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesi, büyük bir toplumsal dönüşüme neden olmuş ve kitleler üzerinde sarsıcı bir etki yaratmıştır. Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan işçi sınıfı, toplumsal hareketlerin oluşumunda önemli bir rol üstlenmiştir. Ludizm hareketleri, bu kapsamda örnek olarak

verilebilmektedir. Ludizm, Sanayi Devrimi'nin beraberinde getirdiği koşullara ve kapitalizmin gelişimine tepki olarak İngiltere'de gerçekleşen ve 1811-1816 yılları arasında en hareketli dönemini yaşayan makine kırıcılık temelli toplumsal bir harekettir (Gürel ve Mutur, 2013).

Toplumsal hareketleri, tarihsel süreçte ortaya çıkışları ve nitelikleri açısından 'eski toplumsal hareketler' ve 'yeni toplumsal hareketler' olmak üzere ikiye ayırarak incelemek mümkündür. 'Eski toplumsal hareketler', toplumsal hareketlerin ilk ortaya çıktıkları dönem olan 19. yüzyıl ile tarihlenmektedir. Bu hareketler; siyasal iktidarı hedefleyen ve ekonomik karakteristiği olan sınıfsal yapıli hareketlerdir. 'Yeni toplumsal hareketler' ise, 1970'lerden itibaren ortaya çıkan hareketlerdir. Yeni toplumsal hareketler; ekoloji hareketlerini, feminist hareketi, barış hareketini, nükleer karşıtı hareketi, azınlık hareketlerini ve yerel özerklik hareketlerini ifade etmektedir (Karagöz, 2013, s. 134).

Dijital Aktivizm

Teknolojik gelişmeler ve internetin gelişimi, aktivizm kavramına ve aktivizm hareketlerine farklı bir açılım getirmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren internetin toplumsal yaşama hakim olması, yaşama dair tüm alanlarda etkisini hissettirdiği gibi, toplumsal hareketleri de değiştirmiştir. Yeni iletişim teknolojileri ve internet, toplumsal sorunların görünürlüklerini ve insanların söz konusu sorunlara yönelik hassasiyetlerini arttırmıştır. Katılımcılık, çok seslilik ve demokrasi gibi kavramların geçmişe kıyasla daha fazla konuşulduğu bu dönemde insanlar, sorunların çözümüne daha fazla dahil olmaya başlamışlardır.

Yeni ve küresel dünyaya özgü aktivizm hareketleri, *dijital aktivizm -digital activism-* olarak adlandırılmaktadır. 'Aktivizm 2.0' olarak da adlandırılan bu dönemin belirleyici niteliği, aktivizm hareketlerinin internet ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilmesidir. Dijital aktivizm; internet ortamında toplumsal ya da politik konularda, karşı ya da taraf olmanın yanı sıra herhangi bir konuda kişilerin fikirlerini değiştirmeye yönelik etkileme çabası olarak tanımlanabilmektedir (Çoban ve İnceoğlu, 2015, s. 13). Dijital aktivizm hareketleri, eski dönem aktivizm anlayışı üzerinde temellenen ve yeni dönem aktivizm hareketlerinin çeşitliliğinden beslenen niteliktedir.

Jenkins (2016, s. 2), 1960'lı yıllardan itibaren aktivizm hareketlerinin dilinin popüler kültürden beslendiğini ifade etmekte ve karşıt bir kültürünün doğuşuna dikkat çekmektedir. Ona göre günümüz siber kültürü temelini 60'lardan almaktadır ve 90'ların getirdiği '*Kendin yap*' - '*Do it yourself*'- akımı aktivizm hareketlerini beslemektedir. Bu bağlamda günümüzde aktivizm hareketleri, katılımcı kültürünün dönüştürücü gücü ile oyuncu bir kimliğe bürünmektedir.

Joyce (2010, s. 2) ise, dijital aktivizmin araçsal yapısına dikkat çekmektedir. Ona göre "dijital aktivizm; hem belirli bir aktivizm kampanyasında kullanılan dijital teknolojiye, hem de böyle bir teknolojinin kullanıldığı ekonomik, sosyal ve politik içeriğe atıfta bulunmaktadır. Dijital teknolojinin altyapısı dijital aktivizmin fiziksel altyapısını oluşturan ağların, kodların, uygulamaların ve cihazların birleşimi-; aktivizm için bir başlangıç noktasıdır ve bunun yanında ekonomik, sosyal ve politik farklılıkları aktivistlerin bu teknolojiyi kullanma şeklini de belirlemektedir".

'Dijital aktivizm' kavramı, araştırmacılar tarafından dijital araçlar ile gerçekleştirilen aktiviteleri tanımlamada yetersiz bulunmakla birlikte; gerçekleştirilen eylemin araçsallığı, hızı ve internet temelli olması nedeniyle maliyet düşüklüğünü ifade etmesi açısından

kullanılmıştır. Bu bağlamda kapsamlı ve ayrıcalıklı doğası nedeniyle ‘dijital aktivizm’, dijital ağ altyapısını kullanan tüm aktivizm örneklerini tanımlamak için en uygun terim olarak halen kabul görmektedir (Shah vd., 2013, s. 296).

Dijital aktivizmde, eski aktivizm ve yeni aktivizm uygulamalarında olduğu üzere eylem ve protestolara fiziksel olarak katılmak söz konusu değildir. Dijital aktivistler herhangi bir konu ya da duruma ilişkin eylem ve protestolarını bilgisayar ekranında yorum yazarak; herhangi bir yazıyı beğenerek -like ederek-; yeniden göndererek -forward ya da retweet ederek-; imza kampanyaları düzenleyerek ya da imza kampanyalarına katılarak; haber, yazı, fotoğraf, video vb. paylaşarak göstermektedirler. Dolayısıyla dijital aktivistlerin ilgi, eylem ve etki alanlarının yalnızca kendi çevreleri ile sınırlı olduğunu ifade etmek mümkündür.

Literatürde, dijital aktivizme yönelik farklı görüşler bulunmaktadır. Bu kapsamda dijital aktivizme yönelik ‘iyimser’, ‘kötümser’ ve ‘ısrarcı’ olmak üzere üç görüş vardır. Söz konusu görüşler, dijital aktivizm kavramının kapsamı ve geleceği açısından önem arz etmektedir. İyimser bakış açısına göre, dijital dünyanın ağa bağlı doğası, insanların geleneksel hiyerarşik güç yapıları dışında ve bazen de buna muhalif olarak iletişim kurmalarını ve harekete geçmelerine destek olmaktadır. Hiyerarşik açıdan üsttekiler alttakiler üzerindeki güce sahipken; ağlarda güç dağılımı daha dengelidir. Bu görüşe göre internet; kamu söylemini, bireylerin kitle iletişim araçlarından daha fazla söz sahibi olacağı şekilde yeniden yapılandırmaktadır (Benkler, 2006, s. 271).

Kötümser bakış açısında göre dijital aktivizm, kişileri internet üzerine yeniden düşünmeye sevk etmektedir. Bu çerçevede Morozov (2010), dijital teknolojilerin yeni gözetim alanları açtığını dile getirmektedir. Çevrim içi gerçekleştirilen eylemlerin kırılabilirliğine da dikkat çeken Morozov, dijital ortamda söz konusu olan organizasyon eksikliklerinin gerçekleştirilen aktivist hareketin zayıflığının ortaya çıkmasına sebep olacağını ifade etmektedir.

Dijital aktivizm konusunda ısrarcı görüşe sahip olanlar ise, kötümser görüşe paralel bir şekilde düşünmektedir. İsrarcı görüşü savunanlar, dijital aktivizmin etkisini olumsuzlamakla birlikte; ağ teknolojisinin aktivizmin pratiğinin değişmesine aracılık ettiğine dikkat çekmektedirler. Onlara göre; mobilizasyon, organizasyon ve mesaj yayma gibi etkenlerle dijital aktivizmin mevcut çevrim dışı taktikleri daha etkili kılmaktadır (Shah vd., 2013, s. 300).

Dijital Aktivizm Türleri

Yeni dünyanın aktivizm şekli olan dijital aktivizm, sorunlu bulunan politika, uygulama ve durumların değiştirilmesine yönelik internet ve sosyal ağlar kullanılarak gerçekleştirilen eylemler olarak tanımlanabilmektedir. Dijital aktivizm, birçok mecra ve ağ üzerinden farklı yöntemlerle uygulanabilmektedir. Dolayısıyla dijital aktivizmin birçok türü bulunmaktadır. Bununla birlikte dijital kanal ve ağların gelişmesine koşut olarak yeni dijital aktivizm türlerinin de ortaya çıktığını ifade etmek mümkündür.

Laer ve Aelst (2010, s. 1148-1151); internet ve sosyal hareketler üzerine geliştirdikleri tipoloji ile dijital toplumsal hareketlere yönelik bir repertuar oluşturmuşlardır. Onlara göre bu tipolojinin iki boyutu bulunmaktadır. Birinci boyut, hareketin ‘internet destekli’ ya da ‘internet temelli’ olmasına ilişkindir. İkinci boyut ise, aktivist hareketin içerdiği bağlılık, risk ve efor gibi etmenler temelinde belirlenen eşiktir. Söz konusu eşik, düşük ya da yüksek olabilmektedir. Bu bağlamda internet destekli aktivizm hareketleri düşük eşikten yüksek eşige doğru

ilerleyebilmekte ve katılımcınının aktivist harekete bağışta bulunmasından saldırgan eylemlere dek uzanabilmektedir. İnternet temelli aktivist hareketler düşük eşikten yüksek eşige doğru ele alındığında çevrimiçi imza kampanyalarından, hacktivizm hareketlerine uzanan bir doğrusallık üzerinde gelişmektedir.

Tüm bu bilgilerin ışığında dijital aktivizm; *slaktivizm -slactivism-*, *kliktivizm -clickivism-*, *taraf olma/savunuculuk aktivizmi -advocacy-*, *hacktivizm -hacktivism-*, *info-aktivizm -info-activism-*, *maktivizm -mactivism-* ve *aplikasyon aktivizmi -apptivism-* gibi kavram ve etkinlikleri kapsamaktadır. Dijital aktivizm kavramını ve kapsamını açıklamak için, söz konusu kavram ve uygulamalara değinmekte yarar vardır.

Slaktivizm ve Kliktivizm: ‘Slaktivizm’ ve ‘kliktivizm’, dijital aktivizmin en yaygın türlerindedir. Her iki kavram birbiriyle benzeştiği için, bu çalışma kapsamında aynı kategoride ele alınmış ve açıklanmıştır. Slaktivizm kavramı, İngilizce ‘slacker’ kelimesi ve ‘aktivizm’ kelimesinin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Kavramın öncel kelimesi olan ‘slacker’; tembel, haylaz, miskin anlamlarına gelmektedir. Kelime, Oxford İngilizce Sözlüğü’nde (2019), “çalışmaktan ve çaba sarf etmekten kaçınan kişi” olarak ifade bulmaktadır.

Slaktivizm kavramı Oxford İngilizce Sözlüğü’nde (2019), “politik ya da sosyal bir eylemi çok az çaba ve adanmışlık ile karakterize olarak sosyal medya ya da çevrim içi kampanyalar aracılığı ile destekleme pratiği” olarak tanımlanmıştır. Christensen (2011); slaktivizm kavramını, ilk kez 1995 yılında Fred Clark ve Dwight Ozard tarafından ‘slacker activism’ kavramı için kısaltma olarak kullanıldığını ifade etmiştir. Onlara göre gençlerin toplumu etkilemek amacıyla başvurdukları ve tekilden çoğula ilerleyen bir niteliğe sahip olan etkinlikleri tanımlayan bu kavram, olumlu bir çağrışıma sahiptir. Yegen’e (2014, s. 90) göre ise “slaktivizm, durduğu yerden dijital bir eylemi destekleme” anlamındadır.

Kliktivizm ise, İngilizce’de tıklama anlamındaki “click” kelimesi ve ‘aktivizm’ kelimesinin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Kavramın öncel kelimesi olan ‘click’, Türkçeye klik olarak çevrilebilmekte ve tıklamak, tık sesi çıkarmak anlamına gelmektedir. Kelime, *bilgisayar faresi -mouse-* ile yapılan tıklama eylemini ifade etmektedir. Kliktivizm kavramı Oxford İngilizce Sözlüğü’nde (2019), “politik ya da sosyal bir eylemi genellikle çok az bir çaba ve adanmışlık ile internet üzerinden sosyal medya ve çevrimiçi kampanyalar aracılığı ile destekleme pratiği” olarak tanımlanmıştır.

Slaktivizm ya da kliktivizm, insanların dijital platformlarda bir şey yapmış olmak için pasif eylemlerde bulunmalarını ve vicdanlarını rahatlatmalarını ifade etmektedir (Turhan, 2017, s. 31). Her iki kavram da, insanların kendilerini rahatsız eden olay ya da durumlara yönelik olarak bir şeyler yapma tatmini yaşamalarını ve iyi hissetmelerini sağlamaktadır. Bu nedenle iki kavrama yönelik olarak ‘pasif eylemcilik’, miskin eylemciliği’, ‘tembel eylemciliği’ ve ‘koltuk eylemciliği’ gibi nitelemeler de söz konusudur.

Taraf Olma/Savunuculuk Aktivizmi ve Hashtag Aktivizmi: ‘Taraf olma aktivizmi’ ya da ‘savunuculuk aktivizmi’ ile ‘hashtag aktivizmi’, dijital aktivizmin en bilinen türlerindedir. Her iki kavram birbiriyle benzeştiği ve zaman zaman birlikte uygulandığı için, bu çalışma kapsamında aynı kategoride ele alınmış ve açıklanmıştır.

Taraf olmak ya da *savunuculuk -advocacy-*, Oxford İngilizce Sözlüğü’nde (2019); “belirli bir amaç veya harekete yönelik toplumsal destek veya öneri” ifadesiyle tanım bulmuştur. Taraf

olmak ya da savunuculuk kavramı; herhangi bir hareket ya da düşünceyi söz, yazı ya da eylem ile doğru ve haklı göstermeye çalışmaktır. Obar ve arkadaşlarına (2016, s. 4) göre ise bu kavram; belirli bir bakış açısını veya durumu savunmak, desteklemek veya bu durum üzerine mücadele etmek kavramlarının daha ötesindeki bir anlam ifade etmektedir.

Genelde politik bağlamda kullanılan taraf olma/savunuculuk aktivizmi; birtakım hedefleri ilerletmeyi veya elde etmeyi amaçlayan, belirli aktörler tarafından gerçekleştirilen sistematik bir çabayı ifade etmektedir (Prakash ve Gugerty, 2010, s. 1). Ağların oluşturulması, sosyal aktörlerin kamusal alandaki rollerini hükümetlerin, kurumsal ve sosyal kuruluşların eylemlerine yönelik eleştirilerini dile getirmelerini ve politik ve sosyal sorunlara cevap vermeleri sürecinde savunuculuk etkinliğinde bulunmasını sağlayabilmektedir (Jansen, 2010, s. 39).

Hashtag aktivizmi, dijital aktivizmin bir diğer türüdür. Bu uygulama, aktivizme konu olan görüş ya da fikrin mikroblog ya da sosyal ağlarda başına hashtag işareti eklenmesi anlamına gelmektedir. Yang'a (2016, s. 13) göre dijital aktivizmde son yollarda yaşanan en ilginç gelişmelerden biri olan hashtag aktivizmi; söylemsel protesto amacıyla bir kelime, kalıp ya da cümlenin sosyal medyada etiketlenerek sunulmasıdır.

Hashtag kelimesi, 'hash' kelimesi ile 'tag' kelimesinden birleşmesinden oluşmaktadır. Hashtag kelimesinin kökeninde bulunan 'hash' kelimesi, Oxford İngilizce Sözlüğü'ne (2019) göre; "telefon, tuş takımı veya bilgisayar klavyesinde bir sembol olarak veya rakamdan önce kullanılan '#' sembolüdür". Oxford İngilizce Sözlüğü'nde (2019) "hashtag; sosyal medyada, web sitelerinde, uygulamalarda, özellikle de Twitter'da belirli bir konuyla ilgili mesajları tanımlamak için kullanılan işaret ile birlikte gelen bir kelime veya cümle" olarak tanımlanmıştır.

Hashtag oluşturmak; özellikle Twitter'da bilgi paylaşmanın ve harekete geçmenin etkili bir yoludur (Berridge vd. Portwood-Stacer, 2015, s. 342). Hashtag'ler, mesajları kategorileyerek belirli konulara dikkat çekilmesini sağlamaları nedeniyle oldukça etkilidirler. Aktivistler açısından hashtag'ler, etiketler aracılığıyla aynı ifadenin birden fazla kullanımını sağladığı gibi, başlangıçtaki diyalogunun ötesinde ifade yaratımına da olanak tanımaktadır (Stache, 2014, s. 162).

Haktivizm: 'Haktivizm', diğer bir dijital aktivizm türüdür. Haktivizm kavramı, İngilizce 'hack' kelimesi ve 'aktivizm' kelimesinin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. 'Hack' kelimesi, hekleme olarak Türkçeye çevrilebilmekte ve bilgisayar korsanlığı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda 'haktivist' kavramı, Oxford İngilizce Sözlüğü'nde (2019) "sosyal veya politik amaçlarını gerçekleştirmek için bilgisayar dosyalarına veya ağlara yetkisiz erişim sağlayan kişi" olarak tanım bulmaktadır.

Haktivizm; bilgisayar teknolojisinin veya programlama sistemlerinin toplumsal bir soruna yönelik tepki gösterme amaçlı kullanılmasıdır (Demirkıran, 2013, s. 28). Haktivist eyleminin aktörü, 'hacker' olarak adlandırılmaktadır. Hacker, Oxford İngilizce Sözlüğü'nde (2019) "bilgisayarları verilere yetkisiz erişim sağlamak için kullanan kişi" olarak tanım bulmuştur. Kavram, Türkçe'de 'bilgisayar korsanı' olarak ifade edilmektedir. Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü'nün (2019) tanımına göre bilgisayar korsanı, "Bilgisayar ve haberleşme teknolojileri

konusundaki bilgisini gizli verilere ulaşmak, ağlar üzerinde yasal olmayan zarar verici işler yapmak için kullanan kimse” olarak tanımlanmıştır.

Haktivizm, terminolojide tartışmaya açık bir terim olarak görülmektedir. Krapp (2003, s. 73); haktivizm teriminin bir bakış açısına göre, programlama becerilerini eleştirel düşünme ile birleşerek elektronik temelli doğrudan eylemin toplumsal değişime etkilerini ifade ettiğini vurgulamaktadır. Bir diğer bakış açısı, haktivizmin; internetin teknik, ekonomik ve politik bir platform olarak gizliliğini zayıflatan, yıkıcı eylemlerle eşanlı olduğına dikkat çekmektedir. Dolayısıyla haktivizm; dual bir anlama sahiptir ve hem iyicil, hem de kötücül olarak yorumlanmaktadır. Bununla birlikte dijital aktivizm kapsamında ele alındığında haktivizm, olumlu bir kavram olarak değerlendirilmekte ve özellikle dışavurumcu politika, ifade özgürlüğü, insan hakları veya bilgi etiği ile ilişkilendirilmektedir.

İnfo-aktivizm: Bir diğer dijital aktivizm türü olan ‘info-aktivizm’, enformasyon toplama ve enformasyon yayma şeklinde gerçekleştirilen aktivizmdir. Açılımı ‘enformasyon aktivizmi’ olan info-aktivizm, İngilizce ‘information’ kelimesi ile ‘aktivizm’ kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. Bu aktivizm türü, enformasyonun politik amaçlara topluluklara yayılması çabalarını ifade etmektedir. Diğer bir deyişle info-aktivizm, politik katılımın yeni bir formu olarak anlam bulmaktadır (Halupka, 2016).

İnfo-aktivizm, bilgi edinme hakkı üzerine temellenen bir aktivizm türüdür (Webb, 2013). İnfo-aktivistlerin eylem tarzı, herhangi bir konuda sürecin önemli aktörlerini izlemek ve veri kümelerini değerlendirmek şeklindedir (Ganesh ve Hankey, 2015). İnfo-aktivizm, bilginin yayılımını esas almaktadır ve bilginin yayılımı dijital yollar üzerinden, aplikasyon desteği ile ya da online topluluklar aracılığıyla gerçekleşebilmektedir (Lynch, 2014; McKinney, 2015, s. 9).

Maktivizm: Görece yeni bir dijital aktivizm türü olan ‘maktivizm’, lokasyon temelli aktivizm olarak ifade edilebilmektedir. Topluluk ile fiziksel olarak da bir arada olma ya da topluluk üyelerine belli konularda destek olma amacına hizmet eden maktivizm, üyelerin konum bilgisinden harekete geçen bir aktivizm türüdür. Kavram, İngilizce haritalama anlamına gelen ‘mapping’ kelimesi ile ‘aktivizm’ kelimesinin birleşmesi sonucu oluşturulmuştur. Maktivizm, *sosyal-haritalama -social-mapping-* kavramının yerine de kullanılmaktadır. Bu durum, maktivizmin sosyal niteliğine ve topluluğa dayalı yapısına işaret etmektedir (Ferguson vd. 2013, s. 308).

Maktivizm, fiziksel dünyanın ve sanal dünyanın birbiriyle etkileşimli bir şekilde aktivizm hareketine dahil olabileceğinin bir örneği olarak değerlendirilebilmektedir. Öyle ki konum bildirimini, kontrol ve gizlilik sorunu ile ilişkilendirilebilse de; teknolojinin aktivist hareketlerde lokasyon temelli kullanılması maktivizmi olumlayan bir nitelik arz etmektedir. Maktivizm ile aktivist kendi konumunu belirleme, bir alan sahibi olduğunu gösterme ve bunu hem sanal ortamda, hem de fiziksel ortamda uygulama avantajı kazanmaktadır (Campagna ve Boulds, 2018).

Maktivizm, belirli bir lokasyon dahilinde ortaya çıkan ve gelişen olaylara ışık tutularak anlatı niteliği kazandırılmasına aracılık etmektedir. Maktivizm kapsamında kullanıcıların deneyimleri, yorumları ve algıları diğer kişilerle paylaşılabilir. Bu sayede gerçek yaşamda da kullanıcılara yardımcı olabilecek bir ‘anlatı’ mekanizması oluşmuş olmaktadır

(Kalms, 2019). Ek olarak maptivizmin sağladığı bilgi akışı ile aktivistler, enformasyon gücünü ellerine alarak güç dengesine yeni bir boyut katmaktadırlar (Ruiz, 2016, s. 66).

Aplikasyon Aktivizmi: ‘Aplikasyon aktivizmi’ ya da diğer bir ifadeyle - ‘*aptivizm*’-, diğer bir dijital aktivizm türüdür. Kavram, İngilizce ‘application’ kelimesi ile ‘aktivizm’ kelimesinin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. ‘Application’ kelimesi, Türkçeye uygulama olarak çevrilebilmekte ve kullanıcıların istedikleri işlemleri yapmalarını sağlayan yazılım olarak ifade edilebilmektedir.

Aplikasyon aktivizmi; aplikasyonlar, diğer bir ifadeyle uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilen aktivizm türü olarak tanımlanabilmektedir. Urban Dictionary’de (2019) aptivizm, “sosyal veya politik değişim gerçekleştirmek amacıyla yazılım -aplikasyon- oluşturulması” olarak tanımlanmıştır. Barns (2014, s. 228) ise kavramı; *veri güdümlü aktivizm* -*data-driven activism*- kavramı ile birlikte kullanarak kavramın dijital veri ile ilişkisine dikkat çekmiştir.

Aplikasyon aktivizmi, günümüzün dijital dünyasında etkili bir araç olarak kabul görmektedir. Aplikasyonlar; bir işletim sisteminde çalışabilecekleri gibi, birden fazla platformda, diğer bir ifadeyle çoklu platformlarda çalışabilir ve kullanılabilir şekilde tasarlanmaktadır. Öyle ki yeni aplikasyonların internet sitelerinde, akıllı telefonlarda ve tabletlerde çalışabilmeleri ve kullanılabilmeleri, aplikasyon aktivizminin geniş bir uygulama alanına sahip olması sonucunu doğurmaktadır.

Dijital Aktivizm Kavram ve Uygulamalarının Change.Org Örneğinde İncelenmesi

Amaç

Bu çalışmanın amacı, dijital aktivizm kavram ve uygulamalarını Change.org kampanyaları üzerinden analiz etmek ve anlamaya çalışmaktır. Dijital aktivizm kavram ve uygulamalarına aracılık eden Change.org, 2007 yılında kurulan bir sosyal toplum girişimidir. ‘Dünyanın değişim platformu’ sloganını kullanmakta ve küresel çapta faaliyet göstermektedir. Change.org’un çalışma prensibi; insanlara, topluluklara ve kurumlara desteklenmesini istedikleri değişimle ilgili kampanya başlatmaları ve diğer insanların konuya yönelik desteklerini istemeleri için olanak tanımak ve bu hizmeti ücretsiz olarak sunmaktır. Açık platform esasına göre işleyen bu girişime, www.change.org adresi üzerinden ulaşılabilmektedir.

Dijital aktivizm kavram ve uygulamalarını, Change.org örneğinde analiz etmeye yönelik olan bu araştırmanın soruları, literatürden hareket ederek şu şekilde oluşturulmuştur:

- *Türkiye’de dijital aktivizm hareketleri, hangi konular üzerinden şekillenmektedir?*
- *Türkiye’deki dijital hareketlerde hangi konulardaki aktivist kampanyalara destek görece yoğundur?*
- *Türkiye’de dijital aktivist hareketlerin başlatıcılarında kişi, kurum ve topluluklardan hangisi ön plandadır?*

Yöntem

Araştırma, nitel yöntemle tasarlanmıştır ve betimsel niteliğe sahiptir. Araştırma evreni olarak Change.org kurumsal web sitesinde yer alan ve Türkiye’de 2018 yılında açılarak başarılı ulaşılmış kampanyalar seçilmiştir. Araştırma evreninin seçiminde; Change.org’un dünyada ve

Türkiye’de dijital aktivizm ile ilişkilendirilen bir platform olarak öne çıkması, literatürde yer alan dijital aktivizm kavram ve uygulamalarına koşut bir işleyişe sahip olması gibi unsurlar ağır basmıştır.

‘Başarılı kampanya’ nitelemesi, Change.org yetkililerinin ifadesiyle herhangi bir kampanyanın katılımcı sayısına bakılmaksızın amaçlanan sonuca ulaşması anlamına gelmektedir. Dijital aktivizm hareketlerinin kavram ve uygulama niteliğinin yanı sıra etki düzlemi açısından da incelemeye değer olması nedeniyle, araştırmanın Change.org platformunun ‘başarılı’ olarak nitelediği kampanyalar ile sınırlandırılmasına karar verilmiştir. Araştırma, Ocak 2018-Aralık-2018 tarihlerini kapsamaktadır. Araştırma kapsamında, 2018 yılı verilerinin seçilme sebebi verilerin güncelliği ve dataların doygunluğudur.

Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırma bulguları; 2018 yılına ait Change.org kampanyaları temel alınarak ‘kampanya başlatıcısı’, ‘kampanya başlığı’, ‘kampanya konusu’, ‘kampanya tarihi’ ve ‘kampanya destekçi sayısı’ gibi kategoriler kapsamında derlenmiş ve yorumlanmıştır. Şubat 2019 tarihinde www.change.org adresinden derlenen söz konusu veriler, Tablo. 1.’de tarih sırasına göre dizilerek toplu olarak sunulmuştur.

Nitel araştırma -qualitative research-; kelimeler ya da gözlemler gibi ölçülmesi zor olan nitelikler üzerine odaklanan ve niteliklerin yorumlanmasına ve çözümlenmesine dayanan bir araştırma türüdür (Glesne, 2015, s. 385). Nitel araştırmanın bazı temel özelliklerinden söz etmek mümkündür. Nitel araştırma; ‘anlam ve anlama üzerine odaklanma’, ‘doğal ortam’, ‘araştırmacı temelli bağlam’, ‘çoklu yöntemler’, ‘tümevarımsal mantık süreci’, ‘zamanla beliren desen’, ‘bütüncül açıklama’ gibi belirleyici özelliklere sahiptir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, ss. 54-71; Creswell, 2018, ss. 45-47; Meriam, 2018, ss. 14-19). Bu bağlamda betimsel nitelik arz eden bu çalışmada, Change.org kampanyaları tümevarımsal bir şekilde ele alınmış ve bulguların değerlendirilmesi aşamasında kampanya başlıklarından hareketle oluşturulan kategoriler kullanılmıştır.

Tablo 1. 2018 Yılında Açılan ve Başarıya Ulaşan Change.Org Kampanyaları’na İlişkin Veriler

<u>Kampanya Başlatıcısı</u>	<u>Kampanya Başlığı</u>	<u>Kampanya Konusu</u>	<u>Kampanya Tarihi</u>	<u>Kampanya Destekçi Sayısı</u>
Kişi	“İlahiyat Fakültesi Mezunlarının İkinci Öncelikli Atanması Konusunda Hak Olan Elbet Tecelli Edecektir”	Eğitim	Ocak 2018	7.272
Kurum	“Uluslararası Türk Dünyası Çalıştayı Devam Etsin”	Kültür-Sanat	Ocak 2018	65
Kişi	“Kurubük giderse, Daçça da Gider. Bırakın Kurubük Olduğu Gibi Kalsın”	Çevre	Ocak 2018	8.836
Kişi	“2018 Bedelli Askerlik”	Milli Savunma	Ocak 2018	10

Kurum	“HBV Taşıyıcısı Olmak Polis Olmak İçin Engel Değildir”	Adalet	Ocak 2018	26
Kişi	“Fenerbahçe Taraftarına ‘Yetiştirme’ Diye Hitap Eden Mahmut Uslu Derhal Özür Dilesin”	Spor	Şubat 2018	6
Kişi	“Bursaspor Voleybol ve Basketbol Takımlarına Maaşları Ödensin Ve De Başarı Primi Verilsin”	Spor	Şubat 2018	26
Topluluk	“DGS Sınavı Her İlde Yapılsın”	Eğitim	Şubat 2018	457
Kişi	“Çeşme Devlet Hastanesi’nden İsmi Çıkartılan Alper Çizgenakat’ın İsmi Tekrar Hastaneye Konulsun”	Sivil Toplum	Mart 2018	10.589
Kişi	“Down Sendromlu Bireyler İçin Meclis Göreve - #MeclisteDownSendromu KomisyonuKurulsun”	Adalet	Mart 2018	93.438
Kişi	“Medresemiz Kapatılmasın”	Yerel Yönetim	Mart 2018	1.865
Topluluk	“Köyümüzün Tarım Alanına Santral İstemiyoruz”	Çevre	Mart 2018	501
Kişi	“Sakarya Karasu Hürriyet Mahallesinde Taş Ocağı Açılmasın”	Çevre	Mart 2018	51
Kişi	“Fıstıkağacı Durağı Eski Yerine Taşınsın”	Yerel Yönetim	Mart 2018	501
Topluluk	“Sokak Hayvanlarını Ölümüne Terk Etme Aydın Büyükşehir Belediyesi”	Hayvan Hakları	Mart 2018	6.230
Kişi	“Haksız Yere Görevinden Alınan Polisimizin Görevine Dönmesini İstiyoruz”	Adalet	Nisan 2018	45.792
Topluluk	“Hepatit B ve Sağlıklı Taşıyıcılar Polis ve Subay Olabilsin”	Adalet	Nisan 2018	1.586
Kişi	“Sağlık Bakanlığı Opdivo Kanser Hastaları İçin SSK Kapsamına Alınsın”	Sağlık	Nisan 2018	730
Kişi	“Çorum Faik Tonguç Çocuk Kütüphanesi Yıkılmasın”	Yerel Yönetim	Mayıs 2018	23.316
Topluluk	“Atatürk Havalimanı Central Park Gibi Olmalı”	Yerel Yönetim	Mayıs 2018	78.481
Kişi	“Erzincan’a D&R açılmasını Talep Ediyoruz”	Yerel Yönetim	Mayıs 2018	467

Kişi	“17 B Hattı -Gebze-Kartal Metro-Bir Önceki Güzergahına Dönmesini Sağlayın”	Yerel Yönetim	Mayıs 2018	89
Kişi	“Zonguldak’a D&R İstiyoruz”	Tüketici Hakları	Mayıs 2018	231
Kişi	“Köpeklerimizi Okulumuza Geri İstiyoruz @UfukUni”	Hayvan Hakları	Mayıs 2018	416
Kişi	“PVL hastası Minik Kerem’in Tedavisi İçin...”	Sağlık	Mayıs 2018	775
Kişi	“Beyazıt Ford-Otosan İlkokulu’na Başka Okul Gelmesin”	Eğitim	Mayıs 2018	248
Kişi	“Ezgi’ye Protez Bacak”	Sağlık	Haziran 2018	109
Kişi	“Diyetisyenlerin Mesleğine Karışmayın. MEB Onaylı Sertifikalı Beslenme Eğitimine İtiraz Et”	Sağlık	Haziran 2018	3.555
Kişi	“Adalet Bakanlığı: Türkçe Rap’in Parlayan Yıldızı Ezhel Serbest Bırakılsın”	Adalet	Haziran 2018	24.459
Kişi	“Türkçe Rap’in Parlayan Yıldızı Ezhel Serbest Bırakılsın - #FreeEzhel”	Adalet	Haziran 2018	162.907
Kişi	“Kaputaş’a Viyadük Yaptırma - #KaputaşViyadükYaptırma”	Çevre	Haziran 2018	17.588
Kişi	“Kültür ve Turizm Bakanlığı: Salda Festivali -Saldafest” İptal Edilsin”	Çevre	Haziran 2018	188
Kişi	“#FakültemeDokunma İstanbul Tıp Fakültesi Tarihinden Koparılmasın”	Adalet	Haziran 2018	26.395
Kişi	“İstanbul Devlet Konservatuarı Binamıza Dokunma”	Adalet	Temmuz 2018	163.361
Kişi	“Yavru Aslanı ‘Mevzoo’ Cafe'den Kurtaralım”	Hayvan Hakları	Temmuz 2018	5.760
Kişi	“Ebru Özkan’ın Kurtarılmasına Yardım Et”	Adalet	Temmuz 2018	18.704
Kişi	“Atatürk’e Anıtkabir’de Hakaret Eden Kişi Tutuklansın”	Adalet	Temmuz 2018	2.079
Kişi	“McDonalds’ın Artık Düzce’de De Evlere Sipariş Hizmeti Vermesini İstiyoruz”	Tüketici Hakları	Temmuz 2018	18
Kişi	“Hukuk Bölümü Barajı Düşürülsün”	Eğitim	Ağustos 2018	33

Topluluk	“Ankara Üniversitesi Bütünleme Sınavlarını Geri İstiyor”	Eğitim	Ağustos 2018	1.592
Kişi	“Dr. Özlem Yağdıran Görevine İade Edilsin”	Adalet	Ağustos 2018	956
Kişi	“Halidere’de Taş Ocağı Kapatılsın”	Çevre	Ağustos 2018	389
Kişi	“Dünyadaki İlk Atatürk Heykeline Özgürlüğünü Geri Verin”	Yerel Yönetim	Eylül 2018	27.621
Kişi	“Sözleşmeli Öğretmenlere Eş Durumu Tayini Hakkı İstiyoruz”	Adalet	Eylül 2018	113
Kişi	“KYK Yurt Ücretlerine Yapılan Zamlar Geri Çekilsin”	Eğitim	Eylül 2018	43
Kişi	“Komşufırın’larda Satılmayan Ürünler Akşam Çöpe Gitmesin - @komsufirinda”	Tüketici Hakları	Eylül 2018	7.092
Kişi	“KYK Öğrencileri İlk Ders Gününde Yurda Yerleşme Mağduru Olmasın”	Eğitim	Eylül 2018	797
Kişi	KYK Yurtları 24 Eylülünden Daha Erken Bir Tarihte Açılsın”	Eğitim	Eylül 2018	651
Kişi	“Yağmur Babasına Verilsin İcra Memurlarıyla Zorla Alınan Yağmur Ben Mal Mıyım Diye Ağladı”	Adalet	Eylül 2018	33
Kişi	“KYK Yurtları Erken Açılsın”	Eğitim	Eylül 2018	184
Kişi	“Anı Tur Aracılığıyla Yapılan Rezervasyonların İptali Hakkında”	Tüketici Hakları	Eylül 2018	63
Kişi	“Urla Devlet Hastanesi’ne Acil Çocuk Servisi Açılsın”	Sağlık	Eylül 2018	77.192
Kişi	“Ankara Çankaya Belediyesi Engellilere Ayrımcılık Yapma”	Adalet	Eylül 2018	19.464
Kişi	“Anasınıfına Kayıt Parası Yok Diye Alınmayan Minik Yavruya Ses Oluyoruz”	Eğitim	Ekim 2018	50
Kişi	“Algida’dan Glutensiz Dondurma İstiyoruz”	Tüketici Hakları	Kasım 2018	4.431
Kurum	“Zeugma’dan Amerika’ya Kaçırılan Mozaikler İade Edilsin”	Kültür-Sanat	Kasım 2018	44.186
Kişi	“Eşim Fatoş Kızımızın Anne Dediğini Duysun - #fatoşeylülüduysun”	Sağlık	Kasım 2018	102.189
Kişi	“Isparta Dedegöl Dağları Kuzukulağı Yaylası Korunan Alan İlan Edilsin”	Çevre	Kasım 2018	11.041

Kişi	“Türkiye’de Plastik Poşet Kullanımı Paralı Olsun”	Çevre	Aralık 2018	906
Kişi	“Plastik Poşetler Paralı Olmalı, Çevremizi Korumalıyız”	Çevre	Aralık 2018	4.592
Kişi	“+1 Destek Çok Zor Değil - #YıllıkAtölyesiKapanmasın”	Sivil Toplum	Aralık 2018	51.863
Kişi	“Evlat Edinme Başvurusu Onaylanmış Adayların 40 Yaş Sınırı Kaldırılsın”	Adalet	Aralık 2018	1.476
Kişi	“Fenerbahçemiz İçin #YenidenErsun Yanal - #TamZamanıErsunYanal”	Spor	Aralık 2018	85.530
Kişi	“Asgari Ücret 2000 TL Olsun”	Adalet	Aralık 2018	50.552
Kişi	“Yasonburnu Yarımadasına Dokunmayın”	Çevre	Aralık 2018	36.493

Kaynak: <https://www.change.org/tr/başarıdıklarınız#most-recent> adresinden 02.02.2019 tarihinde derlenerek tablolaştırılmıştır.

Araştırma kapsamında, Change.Org platformunda 2018 yılı dahilinde Türkiye’de yürütülen ve başarıya ulaşan altmış beş adet kampanya tespit edilmiştir. Bulgular, ‘kampanya başlatıcısı’ kategorisi üzerinden ele alındığında; ‘kişi’, ‘topluluk’ ve ‘kurum’ olmak üzere üç alt kategori tespit edilmiştir. Bu bağlamda 2018 yılında başarıya ulaşan Change.org kampanyalarının başlatıcıları, büyük oranda kişidir. Sayısal orana göz atıldığında başarıya ulaşmış altmış beş kampanyanın, elli altı tanesi kişiler tarafından başlatılmıştır. Söz konusu kampanyaların altı tanesinin başlatıcısı topluluk, üç tanesinin ise kurumdur.

Kampanya başlatıcılarına ilişkin bu bulgu, dijital aktivizmin bireysel niteliğine vurgu yapmaktadır. Öyle ki dijital aktivizm, bireyin ve küçük grupların eylemliliğini, eylemci kimliğini tanımlayan ve güçlendiren bir deneyim olarak hayatımıza girmiştir (Çoban ve İnceoğlu, 2015, s. 14). Araştırma bulguları da, dijital aktivizmin bireyselliğin ön planda olduğu ve örgütlü bir yapıya sahip olmadığı gerçeğine uyumludur.

Araştırma bulguları ‘kampanya başlığı’ kategorisi üzerinden ele alındığında, 2018 yılında başarıya ulaşmış Change.org kampanyalarının geniş bir konu zenginliğine sahip olduğu saptanmıştır. Bu durum da, literatür taramasında elde edilen bulgularla tutarlılık içindedir. Aktivizm, 1970’lerden itibaren konu açısından genişleyen bir çehreye sahiptir. Dijital aktivizm, aktivizmin konu yelpazesinin daha da zenginleşmesini sağlamıştır.

Bulgular uyarınca 2018 yılında Change.org platformu aracılığıyla başarıya ulaşan kampanyaları, on bir ayrı konu üzerinden sınıflandırmak mümkündür. ‘Adalet’, ‘eğitim’ ‘çevre’ ‘yerel yönetim’, ‘sağlık’, ‘tüketici hakları’, ‘hayvan hakları’, ‘spor’, ‘sivil toplum’, ‘kültür-sanat’ ve ‘milli savunma’ söz konusu konulardır.

Sayısal orana bakıldığında, konu kategorisinde en dikkat çeken temanın ‘adalet’ olduğu görülebilmektedir. Change.org platformunda, 2018 yılı kapsamında adalet ile ilgili on altı başarıyla ulaşan kampanya bulunmaktadır. Bu bağlamda Change.org mikro örneğini, Türkiye’deki hak ve hukuk arayışına ilişkin bir gösterge olarak yorumlamak mümkündür.

Adalet temasını, on kampanya ile ‘eğitim’ ve ‘çevre’ takip etmektedir. Eğitim ve çevrenin, yakın dönemde Türkiye’nin en çok konuştuğu konular olması bu bulgu ile örtüşmektedir.

Eğitim ve çevre konularını, yedi kampanya ile yerel yönetim takip etmektedir. Yerel yönetimlerin, ülke yönetimindeki ve yerel kalkınmadaki önemi düşünüldüğünde, bu oranın yüksekliği şaşırtıcı değildir. Tüketici hakları, dikkat çeken bir diğer temadır. Bu bulgu uyarınca küreselleşen kapitalist dünyada, tüketicilerin markalarla iletişim kurma ve beklentilerinin onlar tarafından yanıtlanması arzusunda olduklarını düşünmek mümkündür.

Hayvan hakları ve spor, 2018 yılı kapsamında üçer kampanya ile karşılık bulmuştur. Her iki konunun da birey ve toplum nezdindeki önemi, Change.org platformunda da yer bulmuş olmalarını sağlamıştır. Özellikle hayvanlarla ilgili Türkiye’de yakın dönemde yaşanan olumsuzluklar nedeniyle, hayvan hakları ile ilgili üç kampanyanın da yüksek oranda destekçi bulması ve başarıyla ulaşması memnuniyet vericidir. Sporla ilgili bir kampanya ise, Aralık 2018’de başlatılmıştır ve Fenerbahçe ile ilgilidir. Bu bağlamda futbolun Türkiye’de ve dünyada kitlelerin yoğun ilgisini çeken bir spor dalı olduğu bilinen bir gerçektir.

Kampanyaların sayısal dağılımında kültür-sanat konusuna ait iki kampanya, milli savunma konusuna ait bir kampanya bulunmaktadır. Kültür-sanat konularının azlığı, Türk toplumunun bu konularına ilişkin tepkiselliğinin düşük olduğu şeklinde değerlendirilebilmektedir.

Kampanya başlıkları söylemleri açısından değerlendirildiğinde, araştırma evrenine dahil olan Change.org kampanyalarının kampanya konusuna ilişkin istemi ‘tekil’ ve ‘çoğul’, diğer bir ifade ile ‘Ben’ dili ve ‘Biz’ dili ile dile getirdikleri saptanmıştır. Bununla birlikte kampanya başlıklarının dili sayısal olarak incelendiğinde çoğul ifade içerdikleri ve ‘Biz’ diliyle tasarlandıkları bulgulanmıştır. Söz konusu bulgu, kampanya başlatıcısının kişi, topluluk ya da kurum olmasından muaftır. Change.org, kampanya başlatıcılarına tekil ya da çoğul bir söylemle kampanya başlığı oluşturma olanağı vermiştir. Dolayısıyla bu durum, kampanya başlatıcılarının tercihlerini yansıtmaktadır. Bu paralelde bazı kampanya başlıkları uzun ve detaylı, bazı kampanyalar kısa ve net bir şekilde tasarlanmıştır. Bazı başlıklar ise, hashtag içerecek şekilde düzenlenmiştir. Bu durum da, platformun kampanya başlatıcılarına tanıdığı özerklik ve kampanya başlatıcılarının tasarrufları ile ilgilidir.

2018 yılında yürütülmüş ve başarıya ulaşmış Change.org kampanyaları, tarih temelinde ele alındığında; en yüksek oranın on bir kampanya ile eylül ayına ait olduğu görülmektedir. Eylül ayında açılan kampanyalara göz atıldığında ise, en dikkat çeken temanın dört kampanya ile eğitim olduğu saptanmıştır. Okulların eylül ayında okulların açılması nedeniyle kampanya başlatıcısı ve destekçilerin olası bir sorunu çözmek amacıyla kampanya başlatmaları yorumu yapılabilmektedir. Eğitim temasını, üç kampanya ile adalet teması izlemektedir ki adli tatil sonrası hukuka ilişkin arayışların da vuku bulduğu düşünülebilmektedir. Eylül ayında bahsi geçen kampanyaların yanı sıra tüketici hakları ile ilgili iki, yerel yönetim ile ilgili bir ve sağlık ile ilgili bir kampanya açılmıştır.

2018 yılında mayıs ayında sekiz; mart, haziran ve aralık aylarında yedi kampanya açılmıştır. Yılın ilk ayı olan ocak ayında, beş kampanya açılmıştır. Ocak ayını yine beş kampanya ile temmuz, dört kampanya ile ağustos ve kasım, üç kampanya ile şubat ayı izlemektedir. Bir kampanya ile ekim ayı, yılın en az aktif olan ayıdır.

Kampanyaların mevsimsel dağılımına göz atıldığında, on sekiz kampanya ile ilkbahar en yüksek orana sahip mevsimdir. Sonbahar ve yaz aylarında on altı, kış aylarında on beş kampanya açılmış ve başarıya ulaşmıştır. Bu bağlamda Change.org kampanyalarının yılın tüm mevsimlerinde aktif olduğunu ifade etmek mümkündür. 2018 yılı kapsamındaki başarıyla ulaşılmış altmış beş kampanya, ay bazında değerlendirildiğinde, ortalama olarak ayda beş kampanyanın ses getirdiği yorumu yapılabilmektedir ki bu, aslında kamuoyu sesi adına oldukça yüksek bir orandır.

2018 yılında yürütülmüş ve başarıya ulaşmış Change.org kampanyaları, destekçi sayısı açısından değerlendirildiğinde en yüksek destekçi sayısına sahip kampanyanın 163.36 kişi tarafından desteklendiği, en düşük destekçi sayısına sahip kampanyanın ise altı kişi tarafından desteklendiği görülebilmektedir. Bu bağlamda en yüksek destekçi sayısına sahip kampanya temmuz ayına aittir ve adalet temalıdır. En düşük destekçi sayısına sahip kampanya ise şubat ayına aittir ve spor ile ilgilidir.

Kampanya destekçi sayıları, belirli referans aralıkları temel alınarak incelendiğinde, 1-99 kişi aralığında desteklenen on üç kampanyanın, 100-999 kişi aralığında desteklenen on sekiz kampanyanın, 1.000-9.999 kişi aralığında desteklenen on üç, 10.000-99.999 kişi aralığında desteklenen on sekiz, 100.000-200.000 kişi aralığında desteklenen üç kampanyanın bulunduğu saptanmıştır.

En yüksek destekçi sayısına sahip kampanyalar mercek altına alındığında, üç kampanyanın da ortak bir temaya sahip oldukları görülmektedir. Temmuz, haziran ve mart ayları ile tarihlenen üç kampanya da, adalet temalıdır. Adalet arayışına yönelik olan söz konusu kampanyalara olan yoğun katılımın, Türk toplumunun konuya yönelik beklentisine işaret ettiği yorumunu yapmak mümkündür.

Sonuç

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve internetin tüm yaşam alanlarını kapsayacak şekilde yaygınlaşması, aktivizm hareketlerini de dönüştürmüştür. Yeni dönemin aktivizm anlayışı, 'dijital aktivizm' olarak adlandırılmaktadır. 1998 yılında kurulan MoveOn.org ve Care2 gibi platformlar, 1999 yılında yaşanan Seattle eylemleri, 2000 yılında kurulan GoPetition ile 2007 yılında kurulan Change.org ve Avaaz.org gibi platformlar, 2010 yılında başlayan Arap Baharı olarak adlandırılan halk hareketleri dijital aktivizm kavram ve uygulamalarının kilometre taşlarını oluşturmaktadır.

Dijital aktivizm; insanın daha iyi, daha güzel, daha eşit bir dünya umudunun çağcıl dünyaya özgü halidir ve dijital ağlar üzerinden eyleme dökülmektedir. Bu çalışmada dijital aktivizm kavramı, Change.org üzerinden mercek altına alınmıştır. Change.org, dijital aktivizmin küresel çapta yaygınlaşması açısından oldukça önemli bir girişimdir. Araştırmanın verileri, 2018 yılını içermektedir. Bu bağlamda araştırmanın kısıtını, dijital aktivizme ilişkin diğer platformlar ve 2018 haricinde Change.org platformunda elde edilebilecek olan veriler oluşturmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular, literatür taramasına koşutluk arz etmektedir. Bu bağlamda literatür bilgileri ve araştırma bulguları dijital aktivizm tanımı, dijital aktivizm konuları, dijital aktivizm türleri, dijital aktivizmin birçok mecranın birlikte kullanımına olanak veren çoklu niteliği gibi konular temelinde benzeşmektedir.

Araştırma bulgularının genel değerlendirilmesinde en dikkat çeken veri, kampanya başlatıcıları ile ilgilidir. Araştırma kapsamında Change.org platformundaki dijital aktivizm kampanyalarının başlatıcılarının büyük oranda, kişi oldukları görülmüştür. Bu durum dijital aktivizmin, yeni iletişim teknolojileri ve internet aracılığıyla sıradan insanın eylemciye dönüşümüne aracılık eden niteliğine gönderme yapmaktadır.

Araştırma bulgularından elde edilen bir diğer önemli veri, Change.org platformu aracılığıyla başlatılan kampanyaların geniş konu dağılımları ile ilgilidir. Kampanyalar adalet, eğitim, çevre, yerel yönetim, sağlık ve tüketici hakları gibi geniş bir konu yelpazesine sahiptir. Konuların bir diğer dikkat çekici niteliği, toplumsal hassasiyete yönelik olmalarıdır. Bu paralelde Change.org kampanyalarının, yakın dönem kamu gündemine uygunluk gösterdiğini ifade etmek mümkündür. Çevre ile ilgili iki kampanya, yakın dönem kamu gündemi açısından özellikle önemlidir. Aralık 2018 ile tarihlenen söz konusu kampanyalar, plastik poşet kullanımının ücretli olması ile ilgilidir. Kampanya başlatıcıları kişi olan her iki kampanya, çevre temasını konu etmekte ve çevrenin korunması isteminden hareket etmektedir. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Atık Yönetmeliği kapsamında 01.01.2019 tarihinden itibaren tüm Türkiye’de ücretli poşet uygulamasının başlatılması, bu kampanyaların başarılarına ilişkin kanıt olarak değerlendirilebilmektedir.

Araştırma bulgularından elde edilen bir diğer önemli veri, kampanya başlıklarının tasarlanması ile ilgilidir. Change.org, kampanya başlatıcılarına kampanyaları ile ilgili arzu ettikleri gibi tasarlayabilme şansını veren bir yapıya sahiptir. Öyle ki kampanya başlatıcıları, Change.org’un kendilerine tanıdığı özerklik kapsamında kampanya başlıklarını tekil ya da çoğul söylem kullanarak ve diledikleri oranda bilgi ile donatarak tasarlayabilmişlerdir.

Kampanya başlıkları söylem açısından değerlendirildiğinde, ‘Biz’ dili ve ‘Ben’ dili kullanan başlıkların yanı sıra kampanya hakkında uzun ve detaylı bilgi ya da kısa ve net bilgi içeren başlıklar bulgulanmıştır. Dolayısıyla araştırma kapsamında kampanya başlatıcısının kendisini kampanya katılımcıları ile birlikte bir bütün kabul ederek muhatabına seslendiği başlıklara rastlamak mümkün olmuştur. Kampanya başlıkları içerdikleri bilgiler açısından ele alındığında ise; sorunu dile getiren, çözüm öneren, harekete sevk eden, durumu ideal olanla kıyaslayan başlıklara rastlamak mümkün olmuştur. Araştırma başlıkları ile ilgili dikkat çeken bir diğer nokta, hashtag içeren ve ‘@’ işareti kullanarak doğrudan muhataba yönelik tasarlanan başlıkların varlığıdır. Bu başlıklar, dijital aktivizmin birden fazla mecrayı birleştiren çoklu niteliğine yönelik ipuçları olarak değerlendirilebilmektedir.

Araştırma bulgularına ilişkin bir diğer veri; kampanyaların kampanya başlatıcılarının bireysel ilgi alanlarına yönelik olarak tasarlanmış olmasıdır. Diğer bir deyişle söz konusu kampanyalar, kampanya başlatıcılarının öznel eylem ve etki alanları ile sınırlıdır. Bu durum, eski aktivizm anlayışı ile yeni aktivizm anlayışı arasındaki odak ve kapsam farklılığı ile açıklanabilmektedir. Literatürde konu edildiği üzere eski aktivizm anlayışı; büyük toplumsal sorunlara odaklanmakta, toplumsal sorunları ele alış ve çözüm tarzı ile makro bir nitelik arz etmektedir. Yeni aktivizm anlayışı ise, daha bireysel niteliktedir ve bireylerin sorun arz ettiğini düşündükleri konulara yönelik tasarlanmaktadır. Dolayısıyla sorunları ele alış ve çözüm tarzı açısından mikro bir nitelik arz etmekte, kitleler üzerinde sarsıcı etkiler yaratmamaktadır.

Tüm bu bulgular ve varılan sonuçlar doğrultusunda, ileriki çalışma ve araştırmalara yönelik aşağıdaki öneriler sunulmuştur:

- Dijital aktivizmin toplumsal sorunlara yönelik -cinsiyet ayrımcılığı, pedofili, ırkçılık, ekoloji, hayvan hakları vb.- yönelik uygulamalarını mercek altına alan ve kültürlerarası kıyaslamalar yapan araştırmalar gerçekleştirilebilir.
- Dijital aktivizm gelişmekte olan bir kavram ve uygulama alanıdır. İletişim teknolojilerindeki gelişmelere koşut olarak farklı şekillerde uygulanabilmesi mümkün olabilecektir. Bu nedenle dijital aktivizmin gelecekteki görünümüne odaklanan çalışmalar gerçekleştirilebilir.
- Bu araştırmanın verileri, Change.org platformunda yer alan ve Türkiye’de 2018 yılı kapsamında açılarak başarılı olmuş araştırmalar ile sınırlıdır. Söz konusu platformda açılan ve farklı zaman aralıklarını içeren araştırmalar gerçekleştirilebilir.
- Change.org kampanyalarını konu alan bu ve benzeri araştırmalar üzerinden farklı örneklem grubu, farklı araştırma deseni, farklı yöntem seçilerek farklı kurgulanmış araştırmalar gerçekleştirilebilir.
- Change.org platformunu mercek altına alan ve kampanyaların etkinlik yönetimi sürecini konu eden araştırmalar gerçekleştirilebilir.

Kaynakça

- Akarsu, B. (1975). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Barns, S. (2014). Plus Ça Change? Remaking the City, ‘One Site, One App, One Click at A Time’. *City*, 18(2), 226-229.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. New Haven: Yale University.
- Berridge, S. & Portwood-Stacer, L. (2015). Feminism, Hashtags and Violence Against Women And Girls. *Feminist Media Studies*, 15(2), 341-358.
- Bilgin, N. (2014) *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Campagna, T. & Boulds, L. (2018). *Grassroots Maptivism: Mapping Feminist Movements Around the World*. Masters of Media-New Media&Digital Culture M.A., University of Amsterdam. <https://mastersofmedia.hum.uva.nl/blog/2018/10/23/52155/>. Erişim Tarihi: 05.03.2019.
- Camus, A. (1997). *Sisifos Söyleni*. Çeviren: Tahsin Yücel. İstanbul: Can.
- Christensen, H. S. (2011). Political Activities on The Internet: Slactivism or Political Participation by Other Means? *First Monday*, 16, 2-7.
- Cresswell, J. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. 4. Baskı. Çeviri Editörü: Mesut Bütün & Selçuk Beşir Demir. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çoban, S. & İnceoğlu, Y. (2015). *İnternet ve Sokak*. İstanbul: Ayrıntı.
- Demirkıran, P. (2013). Hacktivism. A. Keleş ve Y. Sal (Eds.). *Hack Kültürü ve Hacktivism içinde* (s. 27-33). İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Ferguson, J. Soekijad, M. Huysman, M. Vaast H. (2013). Blogging for ICT4D: Reflecting and Engaging with Peers to Build Development Discourse. *Info Systems Journal*, 23, 307-328.
- Halupka, M. (2016). The Rise Of Information Activism: How To Bridge Dualisms And Reconceptualise Political Participation. *Information, Communication & Society*, 19(10).

- Hançerlioğlu, O. (1994). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Ganesh, M. I. & Hankey, S. (2015). From Information Activism To The Politics Of Data. *The Fibreculture Journal* 26, 275-286.
- Glesne, C. (2015). *Nitel Araştırmaya Giriş*. 5. Baskı. Çeviri Editörü: Ali Ersoy & Pelin Yalçınoğlu. Ankara: Anı..
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Çeviren: Hüseyin Özel vd. Ankara: Ayraç.
- Gürel, E. & Muter Şengül, C. (2013). Ludizm. Ç. Bulut ve İ. Pınar (Eds.). *Uluslararası İşletmecilik: Temel Kavramlar*. (s. 311-326), Ankara: Nobel.
- Jenkins, H. (2016). Youth Voice, Media, And Political Engagement: Introducing the Core Concepts. H. Jenkins et al. (Eds.). *By Any Media Necessary- The New Youth Activism*, içinde. New York: New York University.
- Joyce, M. (2010). Introduction: How to Think About Digital Activism. M. Joyce (Ed.). *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change* içinde. New York: International Debate Education Association.
- Kalms, N. (2013). Urban Exposure: Feminist Crowd-Mapping and The New Urban Imaginary. C. Lindler & M. Meissner (Ed.). *The Routledge Companion to Urban Imaginaries* içinde (s. 159-170). New York: Routledge.
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler Ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, 1, 131-157.
- Krapp, P. (2003). Terror and Play, Or What Was Hacktivism? *Grey Room*, 21, 70-93.
- Laer, J. V. & Aelst, P. V. (2010). Internet and Social Movement Action Repertoires. *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146-1171.
- Lynch, L. (2014). "Oh, WikiLeaks, I Would So Love to RT you:" WikiLeaks, Twitter, and Information Activism, *International Journal of Communication*, 8, 2679-2692.
- McKinney, C. J. (2015). *Feminist Information Activism: Newsletters, Index Cards and the 21st-Century Archive*. Unpublished Doctoral Dissertation. Communication and Culture Program. Toronto: York University.
- Merriam, Sharan B. (2018). *Nitel Araştırma-Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. 3. Baskı. Çeviri Editörü: Selahattin Turan. Ankara: Nobel.
- Morozov, E. (2010). *Think Again: The Internet*. *Foreign Policy*. <https://foreignpolicy.com/2010/04/26/think-again-the-internet/> Erişim Tarihi: 03.01.2019.
- Obar, J. A. et al. (2012). Advocacy 2.0: An Analysis of How Advocacy Groups in The United States Perceive and Use Social Media As Tools For Facilitating Civic Engagement And Collective Action. *Journal of Information Policy*, 2, 1-25.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/advocacy>. Erişim Tarihi: 08.02.2019.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/clicktivism>. Erişim Tarihi: 08.02.2019.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hacker>. Erişim Tarihi: 15.02.2019.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hacktivist>. Erişim Tarihi: 13.02.2019

- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hash>. Erişim Tarihi: 18.02.2019
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hashtag>. Erişim Tarihi: 18.02.2019.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/information>. Erişim Tarihi: 05.03.2019.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/slacker>. Erişim Tarihi: 08.02.2019.
- Oxford English Dictionary* (2019). <https://en.oxforddictionaries.com/definition/slacktivism>. Erişim Tarihi: 08.02.2019.
- Ruiz, P. (2016). The Cartographies of Protest. *The Multidisciplinary Journal of Social Protest*. Vol: 3 (2): 65-80.
- Sert, N. Y. (Editör) (2016). *Aktivizm-Toplumsal Değişimin Yeni Yüzü*. İstanbul: Babil.
- Shah, V. et al. (2013). The Era of Digital Activism. *International Journal of Information Technology, Communications and Convergence*, 2(4), 295-307.
- Stache, L. C. (2014) Advocacy and Political Potential at the Convergence of Hashtag Activism and Commerce. *Feminist Media Studies*, 15(1), 162-164.
- Türk Dil Kurumu* (2019). Büyük Türkçe Sözlük. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c55d08039b685.82689463 Erişim Tarihi: 02.01.2019.
- Türk Dil Kurumu* (2019). Büyük Türkçe Sözlük. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c5b17fb511cb1.84585051 Erişim Tarihi: 02.01.2019.
- Urban Dictionary* (2019). <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=apptivism>. Erişim Tarihi: 15.02.2019.
- Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. Çeviren: Özlem Sakin. İstanbul: Kafka.
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #Blacklivesmatter. *Media and Communication*, 4(4), 13-17.
- Yegen, Ceren (2014). Bir Dijital Aktivizm Biçimi Olarak Slaktivizm: Change.Org Örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 8, 85-108.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Webb, M. (2013). Disciplining the Everyday State and Society? Anti-Corruption and Right to Information Activism in Delhi. *Contributions to Indian Sociology*, 47(3), 363-393.
- , (2019). <https://avaaz.org/page/tr/>. Erişim Tarihi: 07.02.2019.
- , (2019). <https://www.care2.com>. Erişim Tarihi: 07.02.2019.
- , (2019). <https://www.change.org/about>. Erişim Tarihi: 02.02.2019.
- , (2019). <https://www.change.org/tr/başarıklarınız#most-recent>. Erişim Tarihi: 02.02.2019.
- , (2019). <https://www.gopetition.com/about>. Erişim Tarihi: 07.02.2019.
- , (2019). <https://www.thepetitionsite.com>. Erişim Tarihi: 07.02.2019.

Zamanlararası Bütçe Kısıtı ve Türkiye’de Bütçe Açıklarının Sürdürülebilirliği

The Intertemporal Budget Constraint and the Sustainability of Budget Deficits In Turkey

Arş. Grv. Süleyman Kasal¹

Başvuru Tarihi: 07.10.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

Türkiye’de bütçe açıklarının sürdürülebilirliği özellikle son yıllarda dikkat çekici bir konu haline gelmiştir. Bütçenin ekonomiyi ciddi bir şekilde etkilediği düşünüldüğünde bütçe açıklarının sürdürülebilirliğinin analiz edilmesi bu kapsamda önemlidir. Çalışmanın kapsamı da bu fikir çerçevesinde oluşturulmuş ve Türkiye’de bütçe açıklarının sürdürülebilirliği zamanlararası bütçe kısıtı yaklaşımına dayalı olarak 2000: Ç1- 2018: Ç4 arası dönem için incelenmiştir. Çalışmada literatüre uygun bir şekilde merkezi yönetim reel gelirleri/GSYH ve merkezi yönetim reel harcamaları/GSYH değişkenleri kullanılmıştır. Bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığı Gregory ve Hansen (1996) tek yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi aracılığıyla incelenmiştir. Uzun dönemli eşbütünleşme katsayısı FMOLS, DOLS, CCR ve IM-OLS yöntemleriyle tahmin edilmiştir. Analiz sonuçları Türkiye’de bütçe açıklarının zayıf formda sürdürülebilir olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla analiz sonuçları Türkiye’de uygulanan mevcut bütçe politikalarında değişikliğe gidilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bütçe Açığı, Sürdürülebilirlik, Maliye Politikası, Eşbütünleşme Yöntemi

Abstract

The sustainability of budget deficits has especially become a questionable in recent years in Turkey. Considering that the budget has a serious impact on economic fundamentals, it is important to analyze the sustainability of budget deficits. The scope of the study has created in the frame of this idea and the sustainability of budget deficits has examined based on intertemporal budget constraint in the period between 2000: Q1 – 2018: Q4. In this study, central government real revenues/GDP, central government real expenditure/GDP variables are used in accordance with literature. It is examined whether the budget deficits are sustainable through the Gregory and Hansen (1996) structural cointegration test with one break. Long-run cointegration coefficient is estimated by FMOLS, DOLS, CCR and IM-OLS methods. Analysis results reveal that the budget deficit is sustainable in weak form in Turkey. Thus, analysis results indicate that it has need to change in the current budget policies implementing in Turkey.

Keywords: Budget Deficit, Sustainability, Fiscal Policy, Cointegration Method

¹ Anadolu Üniversitesi, İİBF Maliye Bölümü, skasal@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8409-1090

Giriş

1990'lı yıllarda artan bütçe açıkları Türkiye'de uygulanan maliye politikalarının üzerinde düşünülmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Mevcut politikalarda ısrar edilmesi 2000'li yılların başında Türkiye'nin çok ciddi bir ekonomik kriz yaşamasına neden olmuştur. Sonrasında ise yeni kamu mali yönetimi anlayışıyla birlikte yeni bir aşamaya geçilmiştir. Temelde bütçe açıklarının azaltılmasına yönelik politikalar 2000'li yıllara damga vurmuştur. Nitekim 1990'lı yılların mevcut popülist bütçe politikaları ortadan kalkmış ve kamu mali disiplini üzerine kurulu bir anlayış maliye politikalarına hakim olmuştur. Hakim anlayış sonucu yaratılan kamu maliyesi Türkiye'de bütçe açıklarını azaltmıştır.

Son yıllarda ise Türkiye'nin karşı karşıya olduğu temel problemler yeniden bütçe açığını arttırıcı etkiler yaratmıştır. Nitekim maliye politikasının kullanımı açısından Türkiye'nin bir mali alanı olmasına rağmen, bütçe açıklarının olumsuz makroekonomik etkilerinin olabileceği dile getirilmeye başlanmış ve bütçe açığını arttırıcı yöndeki mevcut politikalar riskli görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla çalışmanın konusunu da Türkiye'de 2000: Ç1-2018: Ç4 arası dönemde bütçe açıklarının sürdürülebilirliği oluşturmaktadır.

Ampirik analizler çerçevesinde bütçe açıklarının sürdürülebilirliği literatürde birçok farklı bakış açısı ve yöntem çerçevesinde test edilmiştir. Genel olarak sürdürülebilirliğin analizi birim kök testleri, eşbütünleşme testleri ve model temelli sürdürülebilirlik yaklaşımları çerçevesinde gelişmiş ve gelişmeye de devam etmektedir. Bu çalışmada bütçe açıklarının sürdürülebilirliği analizi Quintos (1995)'in öne sürdüğü sürdürülebilirlik kriterleri esas alınarak analiz edilecektir. Bu çalışmalar çerçevesinde 2000: Ç1-2018: Ç4 döneminde bütçe açıklarının sürdürülebilirliğini test etmek üzere Zivot-Andrews (1992) tek yapısal kırılmalı birim kök testi, Gregory ve Hansen (1996) tek yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi ve uzun dönem eşbütünleşme katsayılarını tahmin etmek üzere de Phillips ve Hansen (1990) tarafından geliştirilen FMOLS (Fully Modified Ordinary Least Squares), Park (1992) tarafından geliştirilen CCR (Canonical Cointegrating Regression), Stock ve Watson (1993) tarafından geliştirilen DOLS (Dynamic Ordinary Least Squares) ve Vogelsang ve Wagner (2014) tarafından geliştirilen IM-OLS (Integrated Modified Ordinary Least Squares) tahmincileri kullanılacaktır.

Makale şu şekilde organize edilmiştir: İlk olarak bütçe açıklarının sürdürülebilirliği konusu teorik olarak açıklanacak, sonrasında konuyla ilgili ampirik literatüre yer verilecektir. Üçüncü olarak ise çalışmada kullanılan model, veri ve yöntem açıklanacaktır. Dördüncü bölümde tahmin sonuçlarına yer verilecek ve daha sonrasında makale sonuç bölümüyle tamamlanacaktır.

Bütçe Açıklarının Sürdürülebilirliği

İktisadi yaklaşımların odak noktalarından birisi de bütçe açıkları olmuştur. Klasik iktisadi yaklaşım, Neo-Klasik iktisadi yaklaşım, Keynesyen iktisadi yaklaşım, Monetarist iktisadi yaklaşım, Kamu Tercihi Teorisi ve Post Keynesyen iktisadi yaklaşım bütçe açıklarıyla ilgili çok çeşitli fikirler öne sürmüşlerdir. Klasik iktisadi yaklaşımın "devleti zorunlu bir fena olarak görmesi" sonucu ortaya koyduğu fikir bütçenin hem küçük hem de denk olmasıydı (Şen vd.,

2007, s. 38). Neo-Klasik iktisadi yaklaşımda ise önemli olanın geçici bütçe açıkları değil, sürekli bütçe açıkları olduğu savunulmuştur. Çünkü bir ekonomide bireylerin rasyonel ve ileri görüşlü olduğu varsayımı altında sürekli bütçe açıkları sermaye birikimini önemli ölçüde azaltacaktır (Ataç, 2013, s. 227). Ancak Büyük Buhran'ın 1929 yılında iktisat politikalarına hakim olan bu anlayışı yerle bir etmesi Keynesyen iktisadi yaklaşımı öne çıkarmıştır. Keynesyen iktisadi yaklaşımın varsayımları gereğince devletin bütçeyi aktif bir şekilde kullanabileceği öne sürülmüş ve uygulanan politikaların olumlu makroekonomik sonuçlara neden olması dönemin egemen iktisadi anlayışı olmasını sağlamıştır. Ancak yüksek bütçe açıklarının ortaya çıkması Keynesyen iktisadi yaklaşımın sorgulanmasına neden olmuş ve alternatif iktisadi yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu eleştirilerden birisi Buchanan'ın öncülük ettiği Kamu Tercih Teorisi'dir. Buchanan, Keynesyen iktisadi yaklaşımın temel varsayımının yanlış olduğu ve politika yapıcıların da insan olduğunu söyleyerek, onların toplumun çıkarlarına göre değil kendi çıkarlarına göre hareket ettiğini öne sürmüştür. Dolayısıyla bu aktörlerin daha büyük hükümet, büyük bütçe ve bütçe açıklarına yönelik sapma yaratacağını ve bu açıkların çok olumsuz etkileri olacağını savunmuştur (Pressman, 2001, s. 105-106). Monetarist iktisadi yaklaşım bütçe politikası uygulamalarının toplam talep üzerindeki etkilerinin tesadüfi veya geçici nitelikte olduğunu ve bu nedenle maliye politikası araçlarının talebi etkilemedeki ve ekonomik istikrarı sağlamadaki rolünün sınırlı olduğunu ileri sürmektedir (Egeli ve Özen, 2017, s. 97). Bu nedenle de bütçenin denk olması gerekmektedir. Post-Keynesyen iktisadi yaklaşımda Keynes'in görüşlerinden yola çıkarak, devleti belirsizliği azaltan bir kurum olarak görmektedir. Belirsizliğin azaltılmasıyla devletin güveni arttırabileceğini ve ekonomik performansı geliştirebileceğini öne sürmüşlerdir (Pressman, 2001, s. 111).

Kamu gelirlerinin kamu harcamalarından az olması sonucu ortaya çıkan bütçe açıkları üzerinde düşünülmesi gereken önemli konulardan birisidir. Nitekim bir ülkede bütçe açıklarının sürekli artışı makroekonomik açıdan mümkün değildir. Bunun temel nedenleri uygulanan politikalarda gizlidir. Çünkü bütçe açıkları uygulanan maliye politikalarının bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Genişletici maliye politikası uygulamasının sürekliliği ve ekonomi üzerinde beklenen olumlu etkiyi göstermemesi kamu gelir-gider dengesinin gelir aleyhine daha fazla bozulmasına neden olur. Kamu gelirlerinin istenilen seviyede gerçekleşmemesi ve kamu gelirleri açısından yeni politikaların uygulama alanının olmaması kamunun borçlanma yoluyla gelir aramasına yol açmaktadır. Bütçe açıkları ile borçlanma arasında doğrudan bir ilişki mevcuttur. Çünkü açık yönlü bütçe politikalarının kısa dönemde uygulama olanağı olsa bile, uzun dönemde borçlanmayı etkilediği bilinmektedir. Dolayısıyla borçluluğun artışı faiz ödemeleri nedeniyle bütçe üzerinde tekrar bir yük meydana getirmektedir.

Sürdürülebilirlik; bütçe politikası çerçevesinde hükümetlerin bugünkü ve gelecekteki harcama yükümlülüklerini karşılayacak şekilde finansmanlarını yönetme biçimi olarak da tanımlanabilmektedir (Özcan, 2011, s. 229). Ancak bütçe açıklarının sürekli artışı beklentiler kanalıyla da ekonomiyi olumsuz yönde etkilemektedir. Beklentilerin bozulduğu bir ekonomik ortamda da düşük risk primlerinin oluşması çok mümkün değildir. Yüksek risk primlerinin veya bir başka deyişle finansman maliyetlerindeki artışın kamunun ödeme gücü kabiliyetini de olumsuz etkileyeceği söylenebilir. Risk primlerinin artışı sabit sermaye yatırımlarının

azalmasına sebebiyet verir. Ayrıca ülke faiz oranının yüksekliği ise ülkeye girecek sıcak para akışını hızlandırabilir. Bu paranın spekülâtif yatırımlar sonucu aşırı borçlanmaya ve risk almaya neden olması finansal piyasalarda varlık balonlarının oluşmasına neden olabilmektedir (Ulusoy vd., 2015, s. 6). Bu durum ekonomiyi tümüyle kırılgan bir hale getirebilmektedir. Bu nedenle mevcut bütçe açıklarının sürekli artışı kamu borçlarını olumsuz bir şekilde etkileyerek borçların sürdürülebilirliği endişesini de gündeme getirebilir. Çünkü sürekli açık veren bir ekonomide, açıkların borçlanmayla finanse edilmesi, faiz ve borç yükünün hızlı artışına ve borçlanma politikasının çökmesine neden olacaktır (Özcan, 2011, s. 230). Bu nedenle bütçe açıklarının endişe yaratmaması ve sürdürülebilir olması açısından temelde bütçe politikalarının dikkatlice tasarlanması gerekir.

Bütçe açıklarının sürdürülebilirliğinin analizi ekonomik göstergelerle ve ekonometrik yöntemlerle yapılabilmektedir. Ekonomik göstergelerle analiz Buiter (1985)'in öncülüğünde, ekonometrik yöntemlerle analiz ise Hamilton ve Flavin (1986)'nın öncülüğünde gelişmiştir (Şen vd. 2010, s. 105). Ekonometri temelindeki yaklaşımlardan birisi zamanlararası bütçe kısıtı yaklaşımıdır, diğeri de bugünkü değer kısıtı yaklaşımıdır. Zamanlararası bütçe kısıtı yaklaşımı temel olarak Hamilton ve Flavin'in 1986 yılında yapmış oldukları çalışmaya dayanmaktadır. Bu çalışmadan sonra yapılan çalışmalar ekonometrideki gelişmelerin ortaya çıkması ve yeni yaklaşımların geliştirilmesi yoluyla ülkeler düzeyinde uygulanmaktadır (Özcan, 2011, s. 234-237). Hükümetin bir dönemlik bütçe sınırı şu şekilde yazılabilmektedir (Hakkio ve Rush (1991));

$$G_t + (1 + i_t)B_{t-1} = R_t + B_t \quad (1)$$

Burada G_t kamu harcamalarını, R_t kamu gelirlerini, i_t ise faiz oranını göstermektedir. Eşitlik (1) ileriki dönemler esas alınarak çözümlerse, bu bir dönemlik bütçe kısıtı hükümetin zamanlararası bütçe kısıtını oluşturur ve şu şekilde gösterilir:

$$B_0 = \sum_{t=1}^{\infty} r_t(R_t - G_t) + \lim_{n \rightarrow \infty} r_n B_n \quad (2)$$

Buradaki $\lim_{n \rightarrow \infty} r_n B_n$ terimi sifıra eşit olursa, bütçe fazlalarının toplam borç stokuna eşit olduğunu ve hükümetin zamanlararası bütçe kısıtını sağladığı varsayılmaktadır. Nitekim eğer sifıra eşit olmazsa hükümet, harcamalarının finansmanını sürekli borçla sağlayacak ve vadesi gelen borçlar yeni borçlanmayla finanse edilecektir. Hakkio ve Rush (1991) eşitlik (2)'yi test edilebilir bir forma dönüştürerek aşağıdaki eşitliği elde etmişlerdir:

$$R_t = a + bG_t + \varepsilon_t \quad (3)$$

Buradaki R_t kamu gelirlerini, G_t ise kamu harcamalarını temsil etmekte, ε_t ise hata terimlerini göstermektedir. Yazarlar R_t ve G_t 'nin durağan olmadığı bir durumda eşbütünlük ilişkisinin varlığını sürdürülebilirlik açısından gerekli bir koşul olarak görmüşlerdir. Burada bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığı kararını ise $b = 1$ ile test etmişler, katsayının bire eşit olmasının sürdürülebilir bir bütçe açığını sağladığını ileri sürmüşlerdir. $b < 1$ olduğu

durumda ise hükümetlerin gelirlerinden çok harcadıklarını dolayısıyla bütçe açıklarının sürdürülemez olduğunu savunmuşlardır. Quintos (1995) ise yapısal değişiklikleri de dikkate alarak yaptığı çalışmada bütçe açıklarının sürdürülebilirliği için güçlü ve zayıf koşullar belirlemiştir. Güçlü koşulu; Trehan ve Walsh (1988)'de öne sürüldüğü gibi, harcama ve gelirlerin eşbütünlük olması yaklaşımına benzer bir şekilde tanımlamıştır. Zayıf koşul olarak ise; uzun dönemli dengenin daha yavaş bir şekilde gerçekleştiği ve borcun ekonomik büyüme oranını geçmediği sürece bütçe açıklarının hala sürdürülebilir olduğu ve bu nedenle eşbütünlük ilişkisinin varlığının bütçe açıklarının sürdürülebilirliği için sadece yeterli olduğu bir süreç olarak açıklamıştır. Dolayısıyla $b < 1$ olduğu durumun zayıf anlamda bir sürdürülebilirlik göstergesi olduğunu ileri sürmüştür. Ancak Quintos (1995)'in zayıf anlamda ele aldığı koşulun sağlanmış olsa bile bütçe açıklarının uzun dönemde hükümetin politikaları üzerinde ciddi etkileri olacağını belirtmiştir. Bu nedenle uygulanan maliye politikalarının gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Ampirik Literatür

Bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığı hem uygulanacak maliye politikaları hem de bu politikaların yaratacağı etki açısından önemli bir soru işaretidir. Bu soru işaretinin giderilmesi için de literatürde çeşitli ülke ve dönemleri esas alan çalışmalar yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir. Ancak bu çalışmalar bazı noktalarda birbirinden ayrılmaktadır. Hamilton ve Flavin (1986) ABD'de bütçe açıklarının 1962-1984 yılları arasında sürdürülebilir olup olmadığını analiz etmek için reel kamu borcunun ve reel bütçe açığının durağanlığını sınımlar ve durağanlığın açıkların sürdürülebilir olduğunu gösteren bir sonuç olduğunu öne sürmüşlerdir. Her iki seriyi de durağan bulmuşlar, dolayısıyla zamanlararası bütçe kısıtının ihlal edilmediğini ortaya koymuşlardır. Ancak yazarların yaptıkları çalışmanın sonuçları hem ele alınan dönemin kısa oluşu (22 yıl) hem de ekonometrik olarak birim kökün %10 seviyesinde reddedilirken, %5 seviyesinde reddedilemeyeceği nedeniyle oldukça zayıf (fairly weak) bir sonuç olarak bulunmuştur. Hakkio ve Rush (1986) ABD için bütçe açıklarının sürdürülebilirliğini 1962-1986 dönemini çeyreklik olarak faiz dışı açık verisi üzerinden birim kök aracılığıyla incelemişler ve faiz dışı açığın durağan bulunmasıyla zamanlararası bütçe kısıtının sağlandığı sonucuna ulaşmışlardır. Trehan ve Walsh (1988) faiz ödemelerini dahil etmeyen bir bütçe açığının durağanlığı üzerine yapılacak yorumun zamanlararası bütçe kısıtını sağlamakta ne gerekli ne de yeterli bir koşul olduğunu öne sürmüşler ve faiz ödemelerinin de dahil edildiği geleneksel bütçe açığı üzerine yoğunlaşmışlardır. Ayrıca yazarlar zamanlararası bütçe kısıtının sağlanma koşulunu faiz dahil harcamaların, vergi ve senyoraaj gelirleriyle eşbütünlük olmasıyla açıklamışlardır. Yazarlar ABD için 1890-1986 dönemini incelemişler ve bütçe açıklarının sürdürülebilir olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Wilcox (1989) 1960-1984 dönemini ABD için analiz etmiş ve Hamilton ve Flavin (1986)'nın aksine politikaların sürdürülebilir olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Trehan ve Walsh (1991) beklenen reel faiz oranının sabit olduğu varsayımı altında zamanlararası bütçe kısıtı için gerekli ve yeterli bir koşul türeterek borç stoku, faiz dışı açık ve bütçe açığı üzerine birim kök testi uygulamışlar, borç stoğu dışındaki serilerin durağan olduğunu ve bütçe açıklarının sürdürülebilir olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hakkio ve Rush (1991) ABD için 1950: Ç2-1988: Ç4 dönemini iki alt döneme ayırıp (sırasıyla 1964: Ç1-1988: Ç4 ve 1976: Ç3-1988: Ç4) reel kamu gelirleri ve reel kamu harcamalarının hem düzey

değerlerini hem de nüfusa ve GSYH'ye oranını kullanarak eşbütünleşme analiziyle incelemişler, sonuç olarak kamu harcamalarının kamu gelirlerinden daha hızlı büyüdüğünü ve bütçe açıklarının sürdürülemez olduğunu bulmuşlardır. Quintos (1995) yapısal değişimleri dikkate alarak bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığını ABD için 1947: Ç2-1992: Ç3 dönemi için hem kırılmasız model hem de kırılmalı model kullanarak FMOLS yöntemiyle incelemiştir. Tüm dönem için bütçe açığının güçlü anlamda olmasa da sürdürülebilir olduğunu, içsel olarak belirlediği kırılma tarihleriyle birlikte (sırasıyla 1975: Ç2 ve 1980: Ç4) oluşturduğu kırılmalı modelinin sonuçlarına göre ise kırılma tarihinden önceki dönemde bütçe açıklarının güçlü anlamda sürdürülebilir olduğunu ancak kırılma tarihinden sonraki dönemde ise bütçe açıklarının zayıf formda sürdürülebilir olduğunu ortaya koymuştur.

Türkiye ile ilgili çalışmalara gelindiğinde bütçe açıklarının sürdürülebilirliğinin birim kök ve eşbütünleşme testleriyle birlikte veya ayrı ayrı incelendiği görülmektedir. Özatay (1997) bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığını 1985: 5-1993: 12 dönemi için reel iç borç stokunun logaritmasına birim kök testi uygulayarak araştırmış ve serinin birim kök içerdiğini dolayısıyla 1993 öncesi sürdürülebilirliğin sağlanmadığı sonucuna ulaşmıştır. Kuştepelili ve Önel (2005) bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığını toplam kamu geliri ve faiz dahil toplam kamu harcaması verilerini kullanarak kırılmalı eşbütünleşme testiyle incelemişlerdir. Uzun dönem eşbütünleşme katsayılarını tahmin etmek için DOLS tahmincisi kullanmışlar ve elde ettikleri sonuca göre bütçe açıklarının zayıf formda sürdürülebilir olduğunu bulmuşlardır. Payne vd. (2008) 1968-2004 dönemini yapısal kırılmalı eşbütünleşme yöntemini kullanarak incelemiş ve bütçe açıklarının zayıf sürdürülebilir olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca yazarlar eşikli otoregresif modellerini (Threshold autoregressive (TAR)-momentum threshold autoregressive (MTAR)) kullanarak bu dönem için bütçe uyum sürecinin asimetric olduğu hipotezini desteklemediği bulgusuna ulaşmışlardır. Gökteş (2008), 1987: 1-2007: 3 dönemini iki alt döneme ayırarak (sırasıyla 1987: 1-2003: 2 ve 2003: 3-2007: 3) için bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığını eşbütünleşme yöntemiyle araştırmış, tüm dönem ve alt dönemler için bütçe açığının zayıf formda sürdürülebilir olduğu sonucuna ulaşmıştır. Şen vd. (2010) 1975-2007 dönemi için mali sürdürülebilirliği test ettikleri çalışmanın ilk kısmında bütçe açıkları, borç stoku ve faiz ödemelerine birim kök testleri uygulamış, ikinci kısmında ise konsolide bütçe gelirleri ve faiz dahil konsolide bütçe harcamalarını eşbütünleşme yöntemleri kullanarak incelemişlerdir. İlk kısımda uyguladıkları birim kök testleri sonucunda serilerin durağan olmadığını bulmuşlar, ikinci kısımda ise eşbütünleşmeye dair bir kanıt bulamamışlar ve bu nedenle incelenen dönemde Türkiye'de mali sürdürülebilirliğin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Altun (2017) bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığını çeşitli birim kök testleri aracılığıyla incelemiş ve Türkiye'de bütçe açıklarının durağan olduğu sonucuna ulaşmış ve bütçe açıklarının sürdürülebilir olduğu sonucuna varmıştır. Akkuş ve Durmaz (2019) ise bütçe açıklarının sürdürülebilirliğini 1930-2016 dönemini iki alt dönem ayırarak (sırasıyla 1930-1979 ve 1980-2016) saklı eşbütünleşme yaklaşımıyla incelemişler ve eşbütünleşme tahmincileriyle (FMOLS, DOLS, CCR) elde ettikleri sonuca göre Türkiye'de bütçe açıklarının zayıf sürdürülebilir olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Model, Veri ve Yöntem

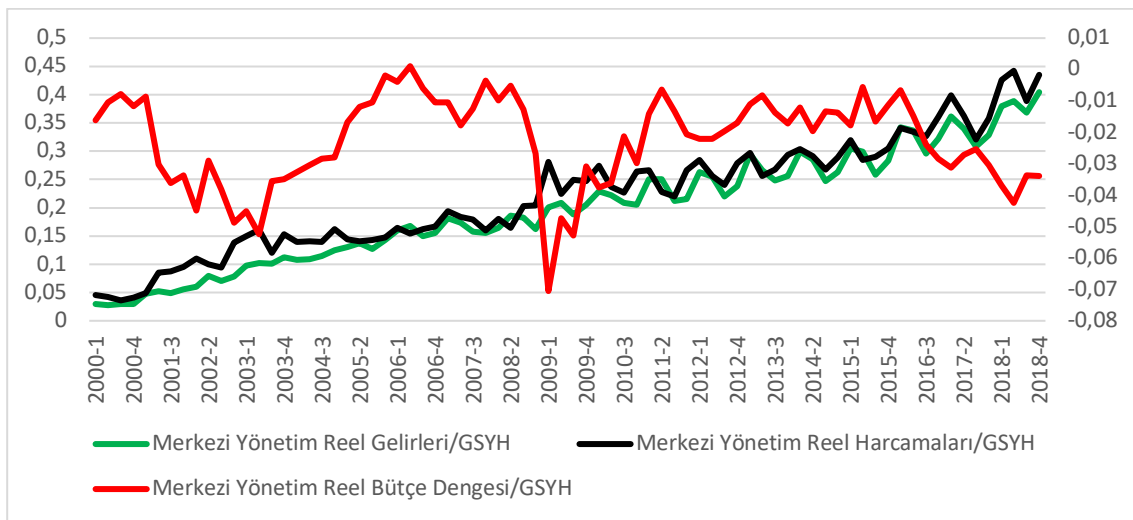
Literatürde bütçe açıklarının sürdürülebilir olup olmadığı ekonometrik olarak birim kök ya da durağanlık testleri ve eşbütünleşme testleri ile analiz edilmektedir. Nitekim literatür kısmında da belirtildiği gibi birçok yazar bu testleri kullanarak incelemeye alınan ülke ve dönem için analizlerini gerçekleştirmiştir. Bu nedenle çalışmada Türkiye’de ele alınan dönem için bütçe açıklarının sürdürülebilirliği literatüre uyumlu bir şekilde değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi araştırılarak analiz edilecektir. Ancak çalışmanın literatüre hem incelenen dönem açısından hem de metodoloji açısından katkısı olabileceği düşünülmektedir. Analize geçmeden önce değişkenlerin hangi düzeyde bütünleşik olduğunu öğrenmek için birim kök testi uygulanacaktır. Değişkenlerin birim kök içerdiği sonucuna ulaşırsa iki değişken arasında eşbütünleşme ilişkisinin olabileceği ihtimaliyle eşbütünleşme ilişkisi araştırılacaktır. Daha sonra ise uzun dönem eşbütünleşme katsayı tahmincileriyle Eşitlik (4)’teki b katsayısı tahmin edilecektir.

Çalışmada bütçe açıklarının sürdürülebilirliğini analiz etmek için tahmin edilecek model aşağıdaki gibidir:

$$rgelir = \beta_1 + brharc + \beta_3 trend + \beta_4 DU + \varepsilon_t \quad (4)$$

Modelde $rgelir$; merkezi yönetimin reel gelirlerinin reel GSYH’ye oranını ifade ederken, $rharc$; merkezi yönetim reel harcamalarının reel GSYH’ye oranını ifade etmektedir. DU yapısal kırılmayı ifade eden kukla değişkeni, ε_t ise hata terimlerini göstermektedir. Modele ayrıca $trend$ değişkeni eklenmiştir. Model tahmini sonucu Türkiye’de bütçe açıklarının sürdürülebilirliği konusundaki yorum b katsayısına bakılarak yapılacaktır.

Çalışmada merkezi yönetim gelirleri ve faiz dahil harcama verileri kullanılmıştır. Değişkenlerin tamamı reel hale getirilmiş ve reel GSYH’ye oranlanmıştır. Verilerin tamamı çeyreklik kümülatif olarak TCMB-EVDS’den (Elektronik Veri Dağıtım Sistemi) elde edilmiştir. Tüm ekonometrik analizler Gauss 19 ve R Studio 3.6.1 kullanılarak yapılmıştır.



Şekil 1. $rgelir$ ve $rharc$ Değişkenlerine Ait Grafik ve Bütçe Dengesi, 2000: Ç1-2018: Ç4, (%)

Şekil 1’de merkezi yönetimin reel gelir ve harcamalarının reel GSYH içindeki payının arttığı görülmektedir. Ayrıca bilgi açısından merkezi yönetim reel bütçe dengesi de grafikte verilmiştir. Tablo 1’de ise analizde kullanılan *rgelir* ve *rharc* değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

	<i>rgelir</i>	<i>rharc</i>
Ortalama	0.198281	0.220839
Medyan	0.202741	0.225734
Maksimum	0.404426	0.442199
Minimum	0.027657	0.036082
Standart sapma	0.098948	0.099526

Çalışmada değişkenlerin hangi derecede bütünleşik olduğunu öğrenebilmek için öncelikle değişkenlere birim kök testi uygulanacaktır. Birim kök testi olarak kırılmalı birim kök testlerinden Zivot ve Andrews (1992)’in tek kırılmalı ADF (Augmented Dickey-Fuller) testi kullanılacaktır. Sonrasında ise eşbütünleşme testi olarak Gregory ve Hansen (1996)’da geliştirilen yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi uygulanacaktır. Bu testin kullanılmasının temel nedeni geleneksel eşbütünleşme yöntemlerinin önemli bir sınırının varlığıdır. Nitekim geleneksel eşbütünleşme yöntemleri yapısal kırılmaların olduğu bir durumda istikrarlı eşbütünleşme ilişkilerinin olmasına rağmen eşbütünleşme ilişkisinin varlığını reddetmeye eğilimlidirler (Mensah, 2014, s. 176). Gregory-Hansen (1996) ise yapısal kırılmanın varlığını dikkate alarak bir eşbütünleşme testi geliştirmiştir. Bu eşbütünleşme testi Zivot ve Andrews (1992) birim kök testinin uzantısı olarak düşünülmektedir (Yılancı ve Özcan, 2010, s. 26). Test hata terimlerine dayalı olarak örneklem dönemi içerisinde bilinmeyen yapısal kırılmanın varlığında geliştirilmiş bir eşbütünleşme testidir. Yazarlar sabit terimde ve/veya eğim parametresindeki değişimleri yansıtan bilinmeyen bir değişim noktası tanıtarak uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin yeni uzun dönem ilişkisine doğru değiştiğini ileri sürmüşlerdir. Gregory ve Hansen (1996) da yapısal değişimin birçok form alabileceğini öne sürmüştür. Bunun üzerine yazarlar düzeyde değişim modeli (C), trendli düzey değişim modeli (C/T) ve rejim değişim modeli (C/S) olmak üzere 3 model geliştirmişlerdir. Model tahminleri sonucu test istatistikleri hesaplanır. Hesaplanan test istatistikleri tablo kritik değerleriyle karşılaştırılarak değişkenler arasında eşbütünleşme olup olmadığına karar verilir. Eğer hesaplanan test istatistik değerleri tablo kritik değerlerinden büyük ise eşbütünleşmenin olmadığını gösteren H_0 hipotezi reddedilir ve değişkenler arasında tek yapısal kırılmayla birlikte eşbütünleşme ilişkisi vardır sonucuna ulaşılır (Kırca ve Topal, 2017, s. 104).

Uzun dönem eşbütünleşme katsayılarının tahmini için ise FMOLS, DOLS, CCR ve IM-OLS yöntemleri kullanılacaktır. Bu yöntemlerin tamamı sıkça kullanılan yöntemler olup birbirini destekler niteliktedir. Dolayısıyla tutarlılığı sağlamak adına bu dört yöntemin çalışmada kullanılması tercih edilmiştir. Tabi ki bu yöntemler birbirini destekler nitelikte olsa da uzun dönemli eşbütünleşme katsayılarının hesaplanması açısından farklı aşamalar içermektedir. Bu yöntemlerden FMOLS asimptotik sapmaları ortadan kaldırmak adına model tahmininde iki

aşamalı bir yöntem kullanmaktadır. Bu yöntem hem verinin hem de parametrelerin dönüşümüne odaklanmaktadır (Adom vd. 2015, s. 31). CCR yöntemi ise eşbütünleşme modelindeki durağan içerikleri kullanarak hem bağımlı hem de bağımsız değişkenleri dönüştürmekte, böylece otokorelasyon sorununu ortadan kaldırmaktadır (Han, 1996, s. 236). DOLS yönteminde ise katsayı tahmininde herhangi bir otokorelasyon sorununu asimptotik olarak ortadan kaldırmak için öncül ve gecikmeler kullanılmaktadır (Montavo, 1995, s. 231). Ayrıca DOLS tahminçileri içsellik probleminin varlığında bile sapmasız ve asimptotik olarak etkindir. IM-OLS yöntemi de FMOLS tahminçisi gibi iki adımlıdır. Ancak IM-OLS yönteminde bandwidth, kernel veya gecikme uzunluğu gibi seçimlerden tamamen kaçınılmaktadır. IM-OLS tahminçisi regresyon modelinin genişletilmiş kısmi toplam dönüşümünün OLS tahminine dayanmaktadır. Ancak bu tahmin yöntemi yine de uzun dönem varyans parametresinin tahminini gerektirmektedir. Vogelsang ve Wagner (2014) de buna iki çözüm sunmaktadır. Birincisi, uzun dönem varyansın tutarlı bir tahminçisine dayanan standart asimptotik çıkarım, ikincisi ise sabit-b çıkarımına dayalıdır. Vogelsang ve Wagner (2014) simülasyon çalışmalarına dayalı olarak IM-OLS tahminçisini DOLS ve FMOLS tahminçileriyle karşılaştırmışlar ve IM-OLS tahminçisinin hem sapma hem de hataların ortalama kare kökü (RMSE) açısından iyi performans gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Ancak otokorelasyon ve içsellik sorunu olduğu durumda DOLS ve FMOLS tahminçilerinin sıfır hipotezini aşırı red sorunu yaşadıkları, bu durumda ise Quartlett-Spectral kernel tahminçili IM-OLS tahminçisinin tercih edilmesinin bu sorunu azalttığını kanıtlamışlardır.

Analiz Sonuçları

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığını analiz etmeden önce, serilere birim kök testi uygulanmalıdır. Nitekim serilerde birim kökün varlığı uzun dönemde iki değişken arasında eşbütünleşme ilişkisinin olabileceğine işaret etmektedir. Bu nedenle öncelikle değişkenlere Ziwot ve Andrews (1992) tek kırılmalı birim kök testi uygulanmıştır.

Tablo 2. *rgelir* ve *rharc* Değişkenleri İçin Birim Kök Test Sonuçları

	<i>rgelir</i>	Kırılma Tarihleri	<i>rharc</i>	Kırılma Tarihleri
Sabitli model	-2.294 (7)	2016Ç2	-3.140 (4)	2016Ç2
Sabitli ve Trendli model	-3.523 (7)	2016Ç4	-3.763 (4)	2014Ç1
ΔSabitli model	-21.765 ^a (6)	2013Ç3	-5.017 ^b (3)	2015Ç4
ΔSabit ve Trendli model	-12.320 ^a (2)	2002Ç3	-12.079 ^a (3)	2009Ç4

Sabitli model için tablo kritik değerleri 1%, 5%, 10% için sırasıyla; -5.340, -4.800, -4.580, sabitli ve trendli model için ise -5.570, -5.080, -4.820'dir. Test istatistiklerinin hesaplanmasında Schwarz bilgi kriteri kullanılmış, varyans metodu olarak ise Bartlett-Kernel tercih edilmiştir. Parantez içindeki değerler gecikme uzunluklarını göstermektedir. ^a, ^b, sırasıyla %1 ve %5 seviyesindeki anlamlılık seviyelerini ifade etmektedir.

Tablo 2'den görüleceği üzere *rgelir* ve *rharc* değişkenlerinin düzey değerleri için birim kök testi gerçekleştirildiğinde, hem sabitli hem de sabitli ve trendli modellerde %1, %5 ve %10 seviyelerinde değişkenlerin birim kök içerdiği; söz konusu iki değişkenin birinci farklarında durağan hale geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Dikkat edilmesi gereken bir başka önemli husus *rgelir* ve *rharc* değişkenlerinde yapısal kırılmaların ne zaman meydana geldiğidir. *rgelir* değişkeni için sabitli modelde yapısal kırılmanın önemli siyasi ve ekonomik olayların yaşanmaya başladığı 2013: Ç3'te, sabitli ve trendli modelde yapısal kırılmanın ise Türkiye'de kriz sonrası dönem olan 2002: Ç3'te gerçekleştiği görülmektedir. *rharc* değişkeni için sabitli modelde yapısal kırılmanın 2015: Ç4'te, sabitli ve trendli modelde ise 2009: Ç4'te gerçekleştiği analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır. Dolayısıyla iki değişken arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı araştırılabilir. Bu amaçla uygulanan Gregory ve Hansen (1996) tek yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 3'te verilmektedir.

Tablo 3. Gregory ve Hansen (1996) Tek Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Modeller	Test istatistikleri		Kırılma Tarihleri
Model C	ADF^*	-6.829 ^a	2004Ç3
	Z_t^*	-6.837 ^a	2004Ç3
	Z_α^*	-58.353 ^a	2004Ç3
Model C/T	ADF^*	-10.336 ^a	2004Ç1
	Z_t^*	-7.828 ^a	2008Ç3
	Z_α^*	-58.353 ^a	2008Ç3
Model C/S	ADF^*	-7.075 ^a	2004Ç3
	Z_t^*	-7.070 ^a	2004Ç3
	Z_α^*	-61.220 ^a	2003Ç1

Not: Model C, Model C/T ve Model C/S için ADF^* ve Z_t^* tablo kritik değerleri %1, %5 ve %10 için sırasıyla: -5.130, -4.610, -4.340, Z_α^* için tablo kritik değerleri ise %1, %5 ve %10 için sırasıyla: -57.280, -47.960, -43.220'dir. ^a %1 seviyesindeki anlamlılık seviyesini ifade etmektedir.

Gregory ve Hansen (1996) eşbütünleşme sonuçlarına göre Model C, Model C/T ve Model C/S için hesaplanan ADF^* , Z_t^* , Z_α^* test istatistik değerleri %1 seviyesindeki tablo kritik değerinden büyük olduğu için eşbütünleşmenin olmadığını ifade eden sıfır hipotezi reddedilmektedir. Böylece değişkenler arasında %1 seviyesinde bir yapısal kırılmayla birlikte eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Sonraki aşamada ise Quintos (1995)'in öne sürdüğü şekilde eşitlik (4), Model C/T temel alınıp FMOLS, CCR, DOLS ve IM-OLS yöntemleriyle test edilerek *b* katsayısı tahmin edilmiş ve bütçe açıklarının sürdürülebilirlik derecesinin ne olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu modele göre test edilen uzun dönem eşbütünleşme katsayıları ise Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. FMOLS, CCR, DOLS ve IM-OLS Uzun Dönemli Eşbütünlüşme Katsayı Tahmin Sonuçları

Modeller	Katsayılar	
FMOLS	b	0.443^a [9.661]
	β_1	0.001 [0.434]
	β_3	0.002 ^a [12.722]
	β_4	-0.017 ^a [-3.716]
CCR	b	0.440^a[7.165]
	β_1	0.003 [0.857]
	β_3	0.002 ^a [10.110]
	β_4	-0.017 ^a [-3.488]
DOLS	b	0.437^a[5.641]
	β_1	0.004 [0.761]
	β_3	0.002 ^a [8.117]
	β_4	-0.016 ^a [-2.889]
IM-OLS	b	0.409^a[5.0054]
	β_1	0.007 [1.575]
	β_3	0.002 ^a [7.874]
	β_4	-0.013 ^a [-2.633]

Not: Katsayı tahminleri modele trend ve 2008: Ç3 kukla değişkeni eklenerek yapılmıştır. ^a, %1 seviyesindeki anlamlılık seviyesini ifade etmektedir. [...] t istatistik değerlerini göstermektedir.

Tablo 4'te yer alan *b* katsayısı tahmin sonuçlarına göre ele alınan 2000: Ç1-2018: Ç4 döneminde Türkiye'de bütçe açıklarının sürdürülebilirliğinin zayıf formda olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Buna göre Türkiye'de mevcut olarak uygulanan politikaların gözden geçirilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde ısrar edilen açık yönlü bütçe politikalarının ve uygulanan maliye politikalarının ekonomik açıdan ciddi sorunlar yaratabileceği söylenebilir.

Sonuç

Bu çalışmada Türkiye'de mevcut bütçe politikalarının sürdürülebilirliği zamanlararası bütçe kısıtı yaklaşımıyla incelenmiştir. Çalışmanın temel çıkış noktası son yıllarda uygulanan mevcut bütçe politikalarının uzun vadede devam edip ettirilemeyeceği sorusudur. Bu amaçla bütçe açıklarının sürdürülebilirlik koşulu Quintos (1995)'in öne sürdüğü sürdürülebilirlik kriterleri esas alınarak analiz edilmiştir. Analizde merkezi yönetim reel gelirleri/GSYH ve merkezi yönetim reel harcamaları/GSYH değişkenleri kullanılmıştır. Teori gereğince bu değişkenler arasında önce eşbütünlüşme ilişkisinin varlığı Gregory ve Hansen (1996) yapısal kırılmalı eşbütünlüşme yöntemiyle analiz edilmiştir. İki değişken arasında eşbütünlüşme ilişkisinin varlığının bulunmasıyla uzun dönem eşbütünlüşme katsayısı FMOLS, CCR, DOLS ve IM-OLS yöntemleriyle tahmin edilmiştir. Bulunan katsayı Türkiye'de 2000: Ç1-2018: Ç4 arasında bütçe açıklarının zayıf sürdürülebilir olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla mevcut bütçe politikalarının gözden geçirilmesi bir politika zorunluluğu olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim

açık yönlü bütçe politikalarının devam etmesi orta ve uzun vadede ciddi makroekonomik sonuçları ortaya çıkarabilecektir. Nitekim Quintos (1995)'te belirtildiği üzere zayıf sürdürülebilirlik durumunda mevcut politikalarda değişikliğe gidilmemesi uzun vadede kamunun borç bulmasında zorluk yaşamasına neden olacaktır.

Burada dikkat edilmesi gereken bir başka husus harcama ve gelir politikalarıyla ilgilidir. Nitekim kamu harcamalarının ve gelirlerindeki oynaklığın artması uygulanacak politikaların etkinliğini azaltabilecek ve bu politikalara olan güveni sarsabilecektir. Çünkü maliye politikalarındaki sürekli değişiklik belirsizliğe neden olacaktır. Dolayısıyla maliye politikalarındaki sapmaların önüne geçilmesi gerekmektedir. Bu durumun önüne geçilebilmesi için Debrun vd. (2008) dört temel çözüm öne sürmüşlerdir. Bunlar; maliye politikasında karar alıcıların politikalarından dolayı hesap verebilir olması, maliye politikası kararların alınmasında olabildiğince politik baskılardan uzaklaşılması, bütçe süreçlerinin (hazırlık, onay ve uygulama) geliştirilmesi ve mali kuralların uygulamaya konulması. Dolayısıyla kamu maliyesi disiplininin sağlanmasına yönelik anlayış temel alınıp, uygulanan politikaların etraflıca düşünülmesi ve yeni bir anlayışın gündeme getirilmesi sürdürülebilirlik açısından önemli bir adım olacaktır.

Kaynakça

- Adom, P. K., Amakye, K., Barnor, C., & Quartey, G. (2015). The Long-Run Impact of Idiosyncratic And Common Shocks on Industry Output in Ghana. *OPEC Energy Review*, 39(March), 17–52.
- Akkuş, Ö., Durmaz, A. (2019). Türkiye’de Bütçe Açığının Sürdürülebilirliği: Saklı Eşbütünleşme İlişkisi. *Maliye Dergisi, Ocak-Haziran(179)*, 52–71.
- Altun, N. (2017). Türkiye’de Bütçe Açıklarının Sürdürülebilirliğinin Ampirik Olarak Analizi: 1950-2015 Dönemi. *Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(1), 13–22.
- Aschersleben, P.; Wagner, M. (2016). *Cointreg: Parameter Estimation And Inference in A Cointegrating Regression. R Package Version 3.6.1.* <https://cran.r-project.org/web/packages/cointReg/index.html>
- Ataç, B. (2013). *Maliye Politikası* (10. Ed.). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Debrun, X., Moulin, L., Turrini, A., Ayuso-i-Casals, J.; S.Kumar, M. (2008). Tied to The Mast? National Fiscal Rules in The European Union. *Economic Policy*, (April), 297–362.
- Egeli, H., Özen, A. (2017). *Teori ve Uygulamada Bütçe Politikası* (3. Ed.). İzmir: Kitapana.
- Göktaş, Ö. (2008). Türkiye Ekonomisinde Bütçe Açığının Sürdürülebilirliğinin Analizi. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 8, 45–64.
- Gregory, Allan W., Hansen, B. E. (1996). Residual-Based Tests For Cointegration in Models With Regime Shifts. *Journal of Econometrics*, 70, 99–126.

- Hakkio, Craig S., Rush, M. (1986). *Co-integration and the Government's Budget Deficit*. Research Working Paper 86-12, Federal Reserve Bank Of Kansas City.
- Hakkio, Craig S., Rush, M. (1991). Is The Budget Deficit "Too Large?" *Economic Inquiry*, 29(3), 429-445.
- Hamilton, James D., Flavin, M. A. (1986). On The Limitations of Government Borrowing : A Framework For Empirical Testing. *The American Economic Review*, 76(4), 808-819.
- Han, H.-L. (1996). Small Sample Properties of Canonical Cointegrating Regressions. *Empirical Economics*, 21, 235-253.
- Kırca, M., Topal, M. H. (2017). Türkiye'de Turizm Talebinin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Balkan Ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 03(02), 96-108.
- Kuştepelı, Y., Önel, G. (2005). Fiscal Deficit Sustainability With A Structural Break: An Application to Turkey. *Review Of Social, Economic & Business Studies*, 5(6), 189-208.
- Mensah, J. T. (2014). Carbon Emissions, Energy Consumption And Output: A Threshold Analysis On The Causal Dynamics in Emerging African Economies. *Energy Policy*, 70, 172-182.
- Özatay, F. (1997). Sustainability of Fiscal Deficits, Monetary Policy, and Inflation Stabilization: The Case Of Turkey. *Journal of Policy Modeling*, 19(6), 661-681.
- Özcan, S. E. (2011). Statik Mali Sürdürülebilirlik Analizleri. *Maliye Dergisi*, 160, 228-241.
- Park, J. Y. (1992). Canonical Cointegrating Regressions. *Econometrica*, 60(1), 119-143.
- Payne, J. E., Mohammadi, H., Cak, M. (2008). Turkish Budget Deficit Sustainability and The Revenue-Expenditure Nexus. *Applied Economics*, 40(7), 823-830.
- Phillips, Peter C. B., Hansen, B. E. (1990). Statistical Inference in Instrumental Variables Regression With (1) Processes. *The Review of Economic Studies*, 57(1), 99-125.
- Pressman, S. (2006). The Role of The State and The State Budget. Richard P.F. Holt ve Steven Pressman (Ed), *A New Guide to Post Keynesian Economics* İçinde (S. 102-113). Routledge.
- Quintos, C. E. (1995). Sustainability of The Deficit Process with Structural Shifts. *Journal of Business and Economic Statistics*, 13(4), 409-417.
- Şen, H., Sağbaşı, İ., Keskin. A. (2007). *Bütçe Açıkları ve Açık Finansman Politikası Teori ve Türkiye Uygulaması* (2. Ed.). Ankara: Orion.
- Şen, H., Sağbaşı, İ., Keskin, A. (2010). Türkiye'de Mali Sürdürülebilirliğin Analizi: 1975-2007. *Maliye Dergisi*, Ocak-Haziran(158), 103-123.
- Stock, J. H., Watson, M. W. (1993). A Simple Estimator of Cointegrating Vectors in Higher Order Integrated Systems. *Econometrica*, 61(4), 783.
- Trehan, B., Walsh, C. E. (1988). Common Trends, The Government's Budget Constraint, and Revenue Smoothing. *Journal Of Economic Dynamics And Control*, 12, 425-444.

- Trehan, B., Walsh, C. E. (1991). Testing Intertemporal Budget Constraints: Theory And Applications to U.S. Federal Budget And Current Account Deficits. *Journal Of Money, Credit And Banking*, 23(2), 206–223.
- Ulusoy, Ahmet; Karakurt, Birol; Ela, M. (2015). Borç Deflasyonu: Teorinin Gelişimi ve Avrupa’da Borç Deflasyonuna İlişkin Değerlendirmeler. *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, 11(26), 1–28.
- Vogelsang, T. J., Wagner, M. (2014). Integrated Modified OLS Estimation And Fixed-b Inference For Cointegrating Regressions. *Journal Of Econometrics*, 178(2), 741–760.
- Wilcox, D. W. (1989). The Sustainability of Government Deficits : Implications of The Present-Value Borrowing Constraint. *Journal of Money, Credit And Banking*, 21(3), 291–306.
- Yılcı, V., Özcan, B. (2010). Yapısal Kırılmalar Altında Türkiye İçin Savunma Harcamaları İle GSMH Arasındaki İlişkinin Analizi. *C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 21–33.



2018 Yılında Uygulanan Sigorta Prim Teşvikleri Üzerine Düşünceler

Reflections on Insurance Premium Incentives in 2018

Doç. Dr. İlhan Oral¹

Başvuru Tarihi: 25.10.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

İşsizlik, günümüzde hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından biridir. Teknolojik gelişmelerin iş gücüne olan talebi azaltması ve diğer yandan da çoğalan nüfusun işgücü arzını artırması nedeniyle işsizlik sorununa çözüm bulabilmek çok kolay görünmemektedir. Bu bakımdan işsizlik tüm ülkeler açısından dikkatle takip edilmesi gereken ekonomik sorunların başında gelmektedir.

Devletin işsizlikle mücadelede kullandığı belirli politikalar vardır. Bunlar, aktif ve pasif işgücü piyasası politikalarıdır. Aktif politikalar istihdam yaratmaya yönelikken pasif politikalar da işsizliğin olumsuz sonuçlarını gidermeye yöneliktir. İstihdam artırıcı aktif işgücü piyasası politikalarından biri de işverenlere uygulanan sigorta prim teşvikleridir. Prim teşvikleriyle devlet işverenlerin üzerindeki işçilik maliyetini azaltarak istihdamı artırmayı amaçlamaktadır.

Türkiye’de de aktif işgücü piyasası politikaları kapsamında istihdamı artırmak için çeşitli prim teşvik programları uygulanmaktadır. Bunlar, genç ve kadın sigortalıların işgücüne katılımının sağlanmasına, mesleki ve teknik eğitimin özendirilmesine yönelik sigorta primi işveren hissesi teşviki, işsizlik ödeneği alan işçileri işe alan işverenlere prim teşviki, sigorta primi işveren hissesinde 5 puanlık indirim, engelli istihdamı sigorta primi işveren hissesi teşviki, ar-ge personeli prim teşviki, yatırım teşvik belgesi sahipleri için sigorta primi işveren hissesi desteği gibi teşviklerdir.

Bu çalışmada, Türkiye’de 2018 yılı itibariyle uygulanan sigorta prim teşvikleri ele alınarak bu kapsamda uygulanan yeni teşvikler ve daha önce uygulanmakta olan teşvikler incelenmiş, bu uygulamalar arasında bir standardın olmadığı, birçok farklılık bulunduğu görülmüş ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Prim, Teşvik, İndirim

¹ Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi ÇEKO Bölümü, aioral@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000 0003 1784 2581

Abstract

Unemployment is one of the most important problems of both developed and developing countries. It is not easy to find a solution to the unemployment problem because technological developments reduce the demand for the workforce and the growing population increases the labor supply. In this respect, unemployment is one of the most important economic problems that should be closely monitored for all countries.

There are certain policies that the state has used to combat unemployment. These are active and passive labor market policies. While active policies are aimed at creating employment, passive policies are aimed at eliminating the negative consequences of unemployment. One of the employment-enhancing active labor market policies is the insurance premium incentives to increase employment by reducing labor costs on employers.

Various premium incentive programs are implemented in Turkey to increase employment within the scope of active labor market policies. These include the promotion of employer's share of insurance premium for the participation of young and female insurance holders in the labor force, encouragement of vocational and technical education, premium incentive for employers employing unemployment benefit, 5 percentage point of insurance premium employer These are incentives such as discount, employer's share incentive for employers with disability employment, premium incentive for R & D staff, insurance premium employer's share support for holders of investment incentive certificates.

This study aims to analyze the current and previous applied insurance premium incentives within the context of incentive policy in Turkey in 2018. As a result, it is seen that there is not a standard and there are many differences between these applications and some suggestions are presented in this context.

Keywords: Premium, Incentives, Inducement

Giriş

Sosyal sigorta prim oranlarının azaltılması ya da işverenlerce ödenmesi gereken belirli bir kısmının devlet tarafından karşılanması istihdamın teşvik edilmesinde etkili bir araçtır. Bu tür teşvikler aynı zamanda kayıt dışı istihdamın kayıt altına alınmasını da kolaylaştırmaktır. Bu nedenle son yıllarda işverenlerin prim ödeme yükümlülüğü konusunda önemli teşvikler öngörülmüştür. Bu çalışmada, 5510 sayılı Kanununun 4/1/(a) bendi kapsamında sigortalı çalıştıran özel sektör işverenlerine, kayıtlı sigortalı istihdamının arttırılması, kadınlar, gençler ve engelliler gibi dezavantajlı grupların istihdamının arttırılması, bölgesel, büyük ölçekli yatırımlar ile stratejik yatırımların özendirilmesi, bölgesel gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasını sağlamak amacıyla;

- 5510 sayılı Kanunda beş,
- 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununda yedi,
- 4857 sayılı İş Kanununda bir,

- 5746 Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkındaki Kanununda bir,
- 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanununda bir

olmak üzere *başlıca* toplam *on beş* farklı *sigorta prim teşviki, desteği ve indirimi* ele alınarak değerlendirilecektir.

4/1/(a)'lı Malullük, Yaşlılık ve Ölüm Sigortası Primlerinin İşveren Hissesinde 5 Puanlık İndirim (5510/81/1/(ı))

Özel sektör işverenlerinin yararlandığı bu *teşvikin başlama tarihi 01.10.2008'dir*. 5510 sayılı Kanunun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendine göre, *özel sektör işverenlerinin ödemeleri gereken malullük, yaşlılık ve ölüm (MYÖ) sigortaları primlerinin işveren hissesinin (%11) 5 puanlık* kısmına isabet eden tutar *Hazine* tarafından karşılanmaktadır. Bu teşvik, 506 sayılı Kanunun geçici 20. maddesi (5510 sayılı Kanun Geçici m.20) kapsamındaki sandıkların statülerine tabi personel için de uygulanmakta birlikte Kamu idareleri bu teşvikin kapsamı dışında kalmaktadır. Ayrıca, sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar ile yurtdışında çalışanlar da bu teşvikin kapsamı dışında kalmışlardır. Teşvik, *prime esas kazanç* üzerinden hesaplanmakta ve *sürekli* olarak uygulanmaktadır (Güzel vd, 2018, s.304; Gerek ve Oral, 2019, s.194). Teşvikten yararlanabilmek için yerine getirilmesi gereken birtakım "*genel şartlar*" bulunmaktadır. Bunlar:

- Aylık prim ve hizmet belgesinin yasal süresinde Kuruma verilmiş olması,
- Primlerin yasal süresi içinde ödenmesi,
- Prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme zammı ve cezası borcunun bulunmaması,
- Borcu varsa, bu borçların yapılandırılmış veya taksitlendirilmiş olması,
- Yapılandırılmış/taksitlendirilmiş borçların zamanında ve düzenli bir şekilde ödenmesine devam edilmesi,
- Kayıt dışı sigortalı çalıştırılmaması ve
- Sahte sigortalı bildiriminde bulunulmamış olunmasıdır.

Sosyal Güvenlik Kurumunun uygulamasına göre, teşvikten yararlanabilmek için işverenlerin sadece kendilerinin değil iş verdikleri alt işverenlerin de Kuruma herhangi bir borcunun bulunmaması gerekmektedir. 5510 sayılı Kanunun 6824 sayılı Kanunla değişik ek 14. maddesinin 1. fıkrasına göre, mahkeme kararıyla veya yapılan kontrol ve denetimlerde çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmediği veya bildirilen sigortalıyı fiilen çalıştırmadığı tespit edilen işyerleri *ilk tespitte bir ay süreyle*, ilk tespit tarihinden itibaren *üç yıl içinde tekrar eden her bir tespit için ise bir yıl süreyle* 5510 sayılı Kanun, 3294 sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu ve 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununda yer alan sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerden yararlanamamaktadırlar (Başbuğ, 2013, s.108). Bu uygulama doktrinde tartışmalıdır. Bazı görüş sahipleri alt işverenin borcundan dolayı asıl işverene müeyyide uygulanmaması gerektiğini belirtirken bir kısım görüş sahipleri ise alt işverenin işçilerinin asıl işverenin işyerinde çalışmalarını nedeniyle asıl işvereni de sorumlu tutmanın doğru olduğunu belirtmektedirler (Yetik, 2018, s.193). Bununla birlikte anılan maddenin 3. fıkrasına göre, beş kişiden fazla olmamak koşuluyla çalıştırılan toplam sigortalı sayısının %1'ini aşmayan

sayıda, çalıştırılanların sigortalı olarak bildirilmediğinin veya bildirilen kişilerin fiilen çalışmadığının tespit edilmesi hâlinde ise yukarıda belirttiğimiz ek 14. maddenin 1. fıkrasındaki hüküm uygulanmayacak olup işveren teşvikten yararlanmaya devam edecektir. Kanaatimizce bu durum işverenlerin lehine olmakla birlikte kayıt dışılığı özendirme sebebiyle doğru değildir (Güzel vd. 2018, s.305).

Ayrıca, 5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren ve kamu kurum ve kuruluşları olarak ifade edilen “genel bütçeye dahil daireler, katma bütçeli idareler, döner sermayeler, fonlar, belediyeler, il özel idareleri, tarafından kurulan birlik ve işletmeler, sosyal güvenlik kurumları, bütçeden yardım alan kuruluşlar ile özel kanunla kurulmuş diğer kamu kurum, kurul, üst kurul ve kuruluşları, kamu iktisadi teşebbüsleri ve bunların bağlı ortaklıkları ile müessese ve işletmelerinde ve sermayesinin %50'sinden fazlası kamuya ait olan diğer ortaklıklar” ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu, 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ile 4734 sayılı Kanununun 3. maddesi kapsamındaki istisnalar dahil devletten alım ve yapım işi üstlenen işverenler ile uluslararası anlaşmalara istinaden alım ve yapım işi üstlenen işverenler, ihale konusu iş döneminde bu teşvikten yararlanamazlar (Caniklioğlu, 2011, s.22; Başbuğ, 2013,103). Bu teşvik, 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununun 50. maddesinde belirtilen teşvikle birlikte uygulanamaz.

Bu teşvikin bütününe baktığımızda, her ne kadar primlerde indirim sağlıyor olsa da asıl amacının prim tahsilatını artırmak olduğu görülecektir.

Yurtdışına Gönderilen Sigortalılara Uygulanan 5 Puanlık Prim İndirimi (5510/81/1/(i))

Özel sektör işverenlerinin yararlanabileceği *sürekli* bir teşvik olan bu *teşvikin başlama tarihi 01.06.2013'dür*. 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasına 6486 sayılı Kanunla eklenen (i) bendine göre, özel sektör işverenlerinin yurt dışındaki işyerlerinde çalıştırılmak üzere yurt içinden gönderilen sigortalıları için uygulanan bu indirim kapsamında, sigortalıların *prime esas kazançları* üzerinden hesaplanan *genel sağlık sigortası (GSS) primlerinin işveren hissesinin (%7,5) 5 puanlık kısmı Hazine tarafından karşılanmaktadır* (Tuncay ve Ekmekçi, s.209).

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “*genel şartlar*” bu indirim için de geçerlidir. Bununla beraber Libya’da çalışanlardan, zorunlu staja tabi tutulan öğrenciler, aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrencilerden, iş kaybı tazminatı alanlardan ve harp malulleri ile vazife malullüğü aylığı alanlardan dolayı işverenler bu indirimden yararlanamaz. Bu indirim, 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca yapılan 5 puanlık indirim ile birlikte uygulanamaz (Tuncay ve Ekmekçi, s.209). Ayrıca, 5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren ve kamu kurum ve kuruluşları ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu, 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ile 4734 sayılı Kanununun 3. maddesi kapsamındaki istisnalar dahil devletten alım ve yapım işi üstlenen işverenler ile uluslararası anlaşmalara istinaden alım ve yapım işi üstlenen işverenler, ihale konusu iş döneminde bu teşvikten yararlanamazlar.

4/1/(b)'li Sigortalıların Malullük, Yaşlılık ve Ölüm Sigortası Primlerinden 5 Puanlık İndirim (5510/81/1/(j))

Özel sektör işverenlerinin yararlanabileceği bu teşvikin başlama tarihi 01.06.2016'dır. 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (j) bendine göre, isteğe bağlı sigortalılar ve muhtarlar hariç bu Kanununun 4. maddesinin 1. fıkrasının (b) bendi kapsamındaki sigortalıların, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortaları (MYÖ) primi olan %20'lik kısımdan 5 puanlık kısmına isabet eden tutar Hazinece karşılanmaktadır (Sözer, 2017, s.217). Ancak, sigortalıların bu prim indiriminden yararlanabilmeleri için primlerin Hazinece karşılanmayan kısmının yasal süresi içinde Kuruma ödenmesi, kendi sigortalılıklarından kaynaklanan prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme cezası ve gecikme zammı borcunun bulunmaması şarttır. Bununla birlikte Kuruma olan prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme cezası ve gecikme zammı borçlarını taksitlendiren veya yapılandıran sigortalılar bu taksitlendirme veya yapılandırma işlemleri devam ettiği sürece bu hükmünden yararlandırılırlar. Borçlanma ve ihya kapsamındaki primlerden dolayı bu indirimden yararlanılmaz. Hazinece karşılanan prim tutarları gelir ve kurumlar vergisi uygulamalarında gider veya maliyet unsuru olarak dikkate alınmaz. Bu indirim herhangi bir süre sınırına bağlı olmaksızın sürekli olarak uygulanmaktadır. (Yetik, 2018, s.204).

İlave 6 Puanlık Prim İndirimi (5510/81/2)

30.05.2013 tarihli ve 2013/4966 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı eki (I), (II) ve (III) sayılı listelerde yer alan 51 il ile Bozcaada ve Gökçeada ilçelerinde faaliyet gösteren ve 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendinde öngörülen beş puanlık indirimden yararlanan özel sektör işverenlerini kapsama alan bu indirimin başlama tarihi 01.01.2013, sona erme tarihi ise 31.12.2018'dir. Bu indirim prime esas kazanç üst sınırına kadar olan kazançlar üzerinden işverenin malullük, yaşlılık ve ölüm sigorta primlerinden (%11) 5 puanlık indirimin ardından prime esas kazanç alt sınırına kadar olan kazançlar üzerinden hesaplanan malullük, yaşlılık ve ölüm sigorta primlerinden de 6 puanlık indirim sağlanmaktadır. Bu indirimden yararlanma süreleri illerin gelişmişlik seviyelerine göre 4 yıl, 5 yıl ya da 6 yıl olmak üzere üç ayrı liste halinde belirlenmiştir². Buna göre, I. listede bulunan iller için 4 yıl, II. listede bulunan iller için 5 yıl ve III. listede bulunan iller için 6 yıl süreyle bu indirim sağlanacaktır. Ayrıca teşvik süresi 2016 yılında dolan iller için 2016/9728 sayılı Bakanlar Kurulu ile 2017 yılının sonuna kadar uzatılmıştır. 2016/Mart ayından önce prim indiriminden yararlanabilmek için ilgili ayda on ve üzerinde sigortalı çalıştırma şartı bulunmaktaydı. 2016/Mart ayından itibaren bu koşul kaldırılması daha fazla işyerinin yararlanabilmesi açısından isabetli olmuştur (Güzel vd. 2018, s.308; Doğan, N. <http://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/2019un-istihdam-tesvikleri-410734336>).

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan "genel şartlar" bu indirim için de geçerlidir. Ayrıca, 5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası

² (4 Yıl) Afyonkarahisar, Amasya, Artvin, Bartın, Çorum, Düzce, Elazığ, Erzincan, Hatay, Karaman, Kastamonu, Kırıkkale, Kırşehir, Kütahya, Malatya, Nevşehir, Rize, Sivas, Trabzon, Uşak (5 Yıl) Adıyaman, Aksaray, Bayburt, Çankırı, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Kahramanmaraş, Kilis, Niğde, Ordu, Osmaniye, Sinop, Tokat, Tunceli, Yozgat (6 Yıl) Ağrı, Ardahan, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Hakkâri, Iğdır, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Van, Bozcaada-Gökçeada

kapsamına giren ve kamu kurum ve kuruluşlar ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu, 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ile 4734 sayılı Kanunun 3. maddesi kapsamındaki istisnalar dahil devletten alım ve yapım işi üstlenen işverenler ile uluslararası anlaşmalara istinaden alım ve yapım işi üstlenen işverenler, ihale konusu iş döneminde bu teşvikten yararlanamazlar.

5510 sayılı Kanunun Ek 2. maddesinde öngörülen sigorta primi teşvikinden yararlanmakta olan işverenlerin, bu teşvikten yararlandığı süreler içinde Kanunun 81. maddesinin 2. fıkrasında öngörülen ilave 6 puanlık sigorta prim indiriminden yararlanmadığını da belirtmek gerekir (Yetik, 2018, s.221).

Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararlar Uyarınca Uygulanan Teşvik (5510/Ek2)

Kalkınma Planları ve Yıllık Programlarda öngörülen hedefler ile uluslararası anlaşmalara uygun olarak, tasarrufları katma değeri yüksek yatırımlara yönlendirmek, üretim ve istihdamı artırmak, yatırım eğiliminin devamlılığını ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak, uluslararası rekabet gücünü artıracak teknoloji ve araştırma geliştirme içeriği yüksek büyük ölçekli yatırımları özendirme, doğrudan yabancı yatırımları artırmak, bölgesel gelişmişlik farklılıklarını gidermek, çevre korumaya yönelik yatırımlar ile araştırma ve geliştirme faaliyetlerini desteklemek amacıyla özel sektör işverenlerine yönelik olarak 01.10.2009 tarihinde uygulamaya konulmuş bir teşviktir (Umdu ve Yıldız, 2010, s.193). Bu teşvik, Bakanlar Kurulunun 14.07.2009 tarihli ve 2009/15199 sayılı Kararı ile yürürlüğe konulan Yatırımlarda Devlet Yardımları Kararı uygulanmasına ilişkin usul ve esasları belirlemek üzere Hazine Müsteşarlığınca çıkarılan Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın uygulanmasına ilişkin 2009/1 no'lu tebliğde düzenlenmiştir. Tebliğde belirtilen yatırımların yer aldığı bölgeye göre 2 yıl ile 7 yıl arasında bir süre için *prime esas kazanç alt sınırı* üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin *işveren hissesinin Hazine* tarafından karşılanması öngörülmüştür. Bu Tebliğin yerini daha sonra Devlet Yatırımları Hakkında Kararın uygulanmasına ilişkin 2012/1 sayılı Tebliğ almıştır. Tebliğin amacı da 15.06.2012 tarihli 2012/3305 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe konulan Devlet Yardımları Hakkında Kararın uygulanmasına ilişkin usul ve esasları tespit etmektir. Bu tebliğ kapsamında teşvik tanınan işverenlere ilişkin olarak prim desteği getirilmiştir (Güzel vd. 2018, s.309). Anılan tebliğin 14. maddesine göre sigorta primi işveren hissesi desteği, *komple yeni yatırımlarda belge kapsamında gerçekleştirilen yatırımla sağlanan istihdam için diğer yatırım türlerinde ise mevcuda ilave edilen istihdam için uygulanır*. Eğer komple yeni yatırım dışındaki yatırım türlerinde prim ve hizmet belgesinde kayıtlı işçi sayısı mevcut istihdamın altında ise ilgili ay için prim desteği uygulanmaz (Olgaç ve Bulut, 2012, s.397).

5510 sayılı Kanunun Ek 2. maddeye göre, yatırımlarda devlet yardımları hakkında kararlar çerçevesinde düzenlenen teşvik belgeleri kapsamında gerçekleştirilecek yatırımlarla istihdam edilen sigortalılar için, 81. maddede sayılan ve 82. madde uyarınca belirlenen prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin; işveren hisselerinin tamamına veya Cumhurbaşkanınca istatistiki bölge birimleri sınıflandırması, kişi başına düşen milli gelir veya sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyleri dikkate alınmak suretiyle belirlenen illerde işveren hisseleri ile birlikte sigortalı hisselerinin tamamına kadar olan kısmı *Ekonomi Bakanlığı (Sanayi*

ve Teknoloji Bakanlığı) bütçesinden karşılanmaktadır. Cumhurbaşkanı ayrıca Ekonomi Bakanlığınca (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) karşılanacak tutarın uygulama süresini, karşılama oranını ve kapsamını; yatırımın sektörü, büyüklüğü ve bulunduğu illere göre farklılaştırmaya yetkilidir.

Primlerin, Ekonomi Bakanlığınca (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) karşılanabilmesi için işverenlerin, Bakanlıkça düzenlenen *Teşvik Belgesi*'ni almış olması (Umdu ve Yıldız, 2010, s.199) çalıştırdıkları sigortalılarla ilgili olarak bu Kanun uyarınca aylık prim ve hizmet belgelerinin Kuruma, muhtasar ve prim hizmet beyannamelerinin Hazine ve Maliye Bakanlığına yasal süresi içerisinde vermesi ve Ekonomi Bakanlığınca (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) karşılanmayan tutarın yasal süresi içinde ödenmiş olması şarttır. İşyerinin 6. Bölgede kurulu olması halinde *sigortalı ve işveren hissesi prim tutarının tamamı* karşılanır (Yetik, 2018, s.223). Bununla birlikte bu destekten yararlanacak işveren başvuru tarihinden önceki 15 gün içinde vadesi geçmiş prim borcunun bulunmaması gerekmektedir.

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “genel şartlar” bu indirim için de geçerlidir. Ayrıca, Ayrıca, 5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren ve kamu kurum ve kuruluşlar ile adına sosyal güvenlik destek primi ödenen sigortalılar teşvikten yararlanamazlar (Olgaç ve Bulut, 2012, s.394, 402 vd.).

Tablo 1’de yukarıda ifade edilen 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununda düzenlenen teşvik ve indirimlerin tablo haline getirilmiş özet bilgisi bulunmaktadır.

Tablo 1. 5510 sayılı Kanun kapsamındaki teşvikler ve indirimler

Teşvik Türü	Sektör / Kapsam	Teşvikin süresi ve Bitiş Tarihi	Prim Matrahı	Sigorta Kolu	Teşvik Oranı / Miktar	Finansman Kay.
4/1/(a)MYÖ 5 Puan (5510/81/1/(ı))	Özel Sektör	Sürekli / -	PEK	YMÖ	İşv. His. %5 indirim	Hazine
Yurt Dışı 5 Puan (5510/81/1/(i))	Özel Sektör / Yurt Dışı	Sürekli / -	PEK	GSS	İşv. His. %5 indirim	Hazine
4/1/(b)MYÖ 5 Puan (5510/81/1/(j))	Özel Sektör	Sürekli / -	PEK	YMÖ	Primlerden %5 indirim	Hazine
İlave 6 Puan (5510/81/2)	Özel Sektör / %51 İl + Bozcaada ve Gökçeada	Sürekli / 31.12.2019	PEK Alt Sınırı	YMÖ	İşv. His. %5 indirim	Hazine
Yat Dev. Yard. (5510/Ek2)	Özel Sektör / Genel	Sürekli / -	PEK Alt Sınırı	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı	Ekonomi Bakanlığı (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı)
	Özel Sektör / Belirli İllerde	Sürekli / -	PEK Alt Sınırı	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı + Sig. His. Tamamı	

İşsizlik Ödeneği Alanların İstihdamı Halinde Uygulanan Prim Teşviki (4447/50/5)

Özel sektör işverenlerinin yararlanabileceği bu teşvikin başlama tarihi 01.10.2009'dur. 4447 sayılı Kanunun 50. maddesinin mülga 5. fıkrasının 5921 sayılı Kanunun 1. maddesiyle yeniden düzenlenmiş şekline göre, işsizlik ödeneği alanların; işe alındığı tarihten önceki aydan başlayarak işe alan işyerine ait son altı aylık dönemde, prim ve hizmet belgelerinde bildirilen ortalama sigortalı sayısına ilave olarak işe alınması kaydıyla, 5510 sayılı Kanunun 81. maddesinde sayılan ve 82. maddesi uyarınca belirlenen *prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan kısa vadeli sigorta primi tutarının %1'i olmak üzere işçi ve işveren payı sigorta primleri ile genel sağlık sigortası primi, kalan işsizlik ödeneği süresince İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanır*. Bu teşviki diğer uygulamalardan ayıran en belirgin özellik bunun sadece işveren hissesine yönelik değil, işçi hissesini de kapsayacak şekilde düzenlenmiş olmasıdır (Tuncay ve Ekmekçi, s.199).

Söz konusu primlerin İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanabilmesi için işverenlerin çalıştırdıkları sigortalılarla ilgili olarak 5510 sayılı Kanun uyarınca aylık prim ve hizmet belgelerini yasal süresi içerisinde Sosyal Güvenlik Kurumuna vermesi, varsa prime esas alt kazanç sınırı ile prime esas kazanç arasındaki fark ve kısa vadeli sigorta kollarına ilişkin prim tutarı farkı ile işsizlik sigortası primlerini Sosyal Güvenlik Kurumuna ödemiş olması şarttır (Caniklioğlu, 2011, s.22).

Bu teşvik, 5510 sayılı Kanun kapsamında bulunanlarla aynı şartlarda olmak üzere 506 sayılı Kanunun geçici 20. maddesi kapsamındaki sandıkların statülerine tabi personeli için de uygulanır. Bu destek unsurundan diğer ilgili mevzuat uyarınca ayrıca yararlanmakta olan işverenler; aynı dönem için ve mükerrer olarak bu destek unsurundan yararlanamaz. Bu durumda, işverenlerin tercihleri dikkate alınmak suretiyle uygulama, destek unsurlarından sadece biriyle sınırlı olarak yapılır. Ayrıca, işçinin, işten ayrıldığı işyerinde tekrar işe başlaması halinde bu teşvik hükümlerinden yararlanılamaz. Bu teşvik, 21.04.2005 tarihli ve 5335 sayılı Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren kurum ve kuruluşlara ait işyerlerinde çalışmaya başlayanlar ve 4734 sayılı Kanun kapsamındaki işyerleri hakkında uygulanmaz.

Bu teşvikte yukarıda da belirttiğimiz gibi işveren prim payının yanında sigortalı prim payı da karşılanmaktadır. Kapsama giren sigortalı için, işsizlik ödeneğine hak kazandığı süre boyunca prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan kısa vadeli sigorta primlerinin %1'i, uzun vadeli sigorta primi olan toplam %20 ve genel sağlık sigortası primi olan %12,5 priminin tamamı kalan işsizlik ödeneği süresince İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanmaktadır (Caniklioğlu, 2011, s.166). Bu teşvik 5 puan indirim ile birlikte uygulanmaz.

Yukarıda belirttiğimiz koşullara ek olarak; işyeri yönünden; belirtmeliyiz ki, sigortalının, işe alındığı tarihten önceki son altı aylık dönemde Kuruma bildirilen sigortalı sayısının ortalamasına ilave olarak çalıştırılması; sigortalı yönünden ise 01.10.2009 veya sonraki bir tarihte işe alınmış olması, işe giriş tarihi itibarıyla işsizlik ödeneği almaya hak kazanmış olması, sigortalı, işsizlik ödeneği almaya hak kazanmadan önce son çalıştığı işyeri haricindeki bir

işyerinde işe başlamış olması ve fiilen çalışması gerekmektedir. Bu teşvikin süresinin de en az 6 ay en çok da 10 ay olan işsizlik ödeneğinin ödenme süresi kadar olduğunu belirtmek gerekir (Yetik,2018, s.275).

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “genel şartlar” bu indirim için de geçerlidir. Ancak, 5510 sayılı Kanununun ek 14. maddesi hükümleri bu teşvikte uygulanmaz.

Genç, Kadın ve Mesleki Belge Sahibi Olanların İstihdamına Yönelik Teşvik (4447/Geçici 10)

Genç ve kadın işçilerin istihdam oranlarının düştüğü son yıllarda özellikle genç işçilerle kadın işçilerin istihdamını artırıcı nitelikte prim teşvikleri uygulanmaktadır. 01.03.2011-31.12.2020 tarihi arasında işe alınmış olması şartıyla özel sektör işverenlerine, bu tarihler arasında işe aldıkları sigortalılar için, *primine esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren payı olan %20,5 tamamının İşsizlik Sigortası Fonundan* karşılanmasına imkân sağlanmıştır. Teşvikten yararlanabilmek için, sigortalının 18 yaşından büyük olması, işe alındığı tarihten önceki altı aylık dönemde işsiz olması, ortalama sigortalı sayısına ilave olarak çalıştırılması ve fiilen çalışması gerekmektedir. Ortalama sigortalı sayısının tespitinde hem asıl işveren hem de alt işverenler tarafından çalıştırılan sigortalılar dikkate alınmaktadır (Alper, 2017, s. 241).

18-29 yaş arası erkekler ile 18 yaşından büyük kadınlardan mesleki yeterlik belgesine sahip olanlar için 48 ay, mesleki ve teknik eğitim veren orta veya yükseköğretim kurumlarından mezun olanlar veya Türkiye İş Kurumunca düzenlenen işgücü yetiştirme kurslarını bitirenler için 36 ay, burada belirtilen niteliklere sahip olmayanlar için ise 24 ay süreyle teşvikten yararlanmak mümkündür. Görüleceği üzere, bu teşvikten yararlanma süresi, kapsama giren sigortalının yaşına, mesleki yeterlik belgesine sahip olup olmamasına, mesleki ve teknik eğitim veren orta öğretim veya yükseköğretim kurumlarını tamamlayıp tamamlamamış olmasına, Türkiye İş Kurumu tarafından düzenlenen iş gücü yetiştirme kurslarını bitirip bitirmemesine veya Türkiye İş Kurumuna kayıtlı bir işsiz olup olmamasına göre farklılıklar göstermektedir. Mesleki yeterlilik belgesine sahiplik nedeniyle teşvikten yararlanma durumunda bu belgenin TC Mesleki Yeterlilik Kurumundan alınmış olması gerekmektedir (Tuncay ve Ekmekçi, 2017, s.204; Yetik, 2018, s.240).

29 yaşından büyük erkeklerden; mesleki yeterlik belgesi alanlar veya mesleki ve teknik eğitim veren orta veya yükseköğretim kurumlarını ya da Türkiye İş Kurumunca düzenlenen işgücü yetiştirme kursunu bitiren ve belgede belirtilen meslek ya da alanlarda işe alınan ve/veya çalıştırılan için 24 ay, Türkiye İş Kurumuna kayıtlı, Kanunda sayılan belgelere sahip olmayanlar için 6 ay, 5510 sayılı Kanununun 4/1/(a) bendi kapsamında çalışmakta iken, 01.03.2011 tarihinden sonra mesleki yeterlik belgesi alanlar veya mesleki ve teknik eğitim veren orta veya yükseköğretim kurumlarını bitirenler ise 12 ay süreyle teşvikten yararlanırlar (Alper, 2017, s.241; <http://www.sgk.gov.tr/> İstihdam Teşvikleri Hakkında Bilinmesi Gerekenler).

Bu kapsama girenlerin Türkiye İş Kurumuna kayıtlı işsizler arasından işe alınmaları halinde ise teşvik süresine 6 ay daha ilave edilmektedir.

Bu teşvikten aynı sigortalı için bir kez yararlanılabilir. 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “genel şartlar” bu indirim için de geçerlidir. Ayrıca, 5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren ve kamu kurum ve kuruluşlar ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu, 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ile 4734 sayılı Kanununun 3. maddesi kapsamındaki istisnalar dahil devletten alım ve yapım işi üstlenen işverenler ile uluslararası anlaşmalara istinaden alım ve yapım işi üstlenen işverenler, ihale konusu iş döneminde bu teşvikten yararlanamazlar.

5510 sayılı Kanun gereğince yapılan kontrol ve denetimlerde, çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmedigi tespit edilen işverenler bir yıl süreyle bu teşvikten yararlanamaz. Bu teşvik, 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendinde belirtilen malullük, yaşlılık ve ölüm (MYÖ) sigortaları primlerinin işveren hissesinden yapılan 5 puanlık indirim uygulandıktan sonra kalan sigorta primlerinin işveren hisselerine ait oranın uygulanması bakımından önemlidir (SGK Başkanlığı, 2013, 276; <http://istihdamatesvik.com/teşvikler>).

İşbaşı Eğitim Programını Tamamlayanların İstihdamına Yönelik Teşvik (4447/Geçici15)

Prim teşviki kapsamında en son olarak 04.04.2015 tarih ve 6645 sayılı Torba Kanununun 28. maddesi ile 4447 sayılı Kanuna eklenen geçici 15. madde ile işbaşı eğitim programını (İEP) tamamlayanların istihdamına ilişkin yeni bir teşvik getirilmiştir. 23.04.2015 tarihinde başlayan bu teşvike göre, Türkiye İş Kurumu tarafından 31.12.2017 tarihine kadar başlatılan işbaşı eğitim programlarını tamamlayan 18 yaşından büyük, 29 yaşından küçükleri üç ay içinde işe alan özel sektör işverenlerine, bu sigortalılar için, *primine esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanacak sigorta primi işveren payının (%20,5) tamamının işe alındıkları işyerinin imalat sanayinde faaliyet göstermesi hâlinde 42 ay, diğer sektörlerde ise 30 ay süre İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanmaktadır* (<http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/isveren/ist-tesvikleri>; Alper, 2017, s.243).

Sigortalının, ortalama *sigortalı sayısına ilave* olarak çalıştırılması ve sigortalı tamamladığı işbaşı eğitim programına ilişkin meslek alanında işe alınması koşuluyla *5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendindeki belirtilen 5 puan indirim uygulandıktan sonra kalan sigorta primlerinin işveren hisselerine prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan tutar İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanır* (Güzel vd. 2018, s.314).

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “genel şartlar” bu indirim için de geçerlidir. Ancak, 5510 sayılı Kanununun ek 14. maddesi hükümleri bu teşvikte uygulanmaz.

Bu teşvik, 5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren kurum ve kuruluşlara ait işyerleri ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanununa, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununa ve uluslararası anlaşma hükümlerine istinaden yapılan alım ve yapım işleri ile 4734 sayılı Kanundan istisna olan alım ve yapım işlerine ilişkin işyerleri, sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar ve yurt dışında çalışan sigortalılar hakkında uygulanmaz.

Fondan karşılanan prim tutarları, gelir ve kurumlar vergisi uygulamalarında gider veya maliyet unsuru olarak dikkate alınmaz.

İşveren Desteği (4447/Geçici 19)

Kuruma kayıtlı işsizler arasından, 01.01.2018 ila 31.12.2020 tarihleri arasında özel sektör işverenlerince 5510 sayılı Kanununun 4/1/(a) bendi kapsamında işe alınanların; işe girdikleri aydan önceki üç aylık sürede toplam on günden fazla 5510 sayılı Kanununun 4/1/(a) ve (c) bentleri kapsamında Sosyal Güvenlik Kurumuna bildirilmemiş olmaları ve isteğe bağlı sigortalılık hariç 5510 sayılı Kanun'un 4/1/(b) bendi kapsamında sigortalı olmaması ve işe alındıkları yıldan bir önceki takvim yılında işe alındıkları işyerinden bildirilen aylık prim ve hizmet belgelerindeki veya muhtasar ve prim hizmet beyannamelerindeki sigortalı sayısının ortalamasına ilave olmaları kaydıyla, işyerinin *imalat veya bilişim sektöründe* faaliyet göstermesi halinde ilgili döneme ait günlük brüt asgarî ücretin sigortalının prim ödeme gün sayısı ile çarpımı sonucu bulunacak tutarı geçmemek üzere, sigortalının prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigortalı ve işveren hissesi primlerinin (%34,5) tamamı tutarında; işyerinin *diğer sektörlerde* faaliyet göstermesi halinde sigortalının 5510 sayılı Kanununun 82. maddesi uyarınca belirlenen prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan sigortalı ve işveren hissesi primlerinin (%34,5) tamamı tutarında, her ay bu işverenlerin SGK'ya ödeyecekleri tüm primlerden mahsup edilmek suretiyle işverene prim desteği sağlanır ve destek tutarı İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanır (Yetik, 2018, s.302; Ünlü, 2018, s.239; <http://www.muhasabetr.com/yazarlarimiz/kenanozdemir/001/>).

Destek kapsamına giren sigortalılar için 12 ay süreyle uygulanır. Ancak, bu süre işe giriş tarihi itibarıyla 18 yaşından büyük kadın, 18 yaşından büyük 25 yaşından küçük erkek sigortalılar ile Kuruma engelli olarak kayıtlı sigortalılar için 18 ay olarak uygulanır (<http://iskanunu.com/kanun-ve-yonetmelikler/son-degisiklikler/2018-torba-yasa-tesvikleri/>; Alper, 2017, s.243; Ünlü, 2018, s.239).

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “genel şartlar” bu teşvik için de geçerlidir.

Mahkeme kararıyla veya yapılan kontrol ve denetimlerde çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmedeği veya bildirilen sigortalıyı fiilen çalıştırmadığı tespit edilen işyerleri hakkında, 5510 sayılı Kanununun ek 14 üncü maddesi uyarınca işlem yapılır. Ancak ek 14. maddenin 3. fıkrasına göre, beş kişiden fazla olmamak koşuluyla çalıştırılan toplam sigortalı sayısının %1'ini aşmayan sayıda, çalıştırılanların sigortalı olarak bildirilmediğinin veya bildirilen kişilerin fiilen

çalışmadığının tespit edilmesi hâlinde ek 14. maddenin 1. fıkrasındaki hüküm uygulanmayacaktır³. Belirtelim ki, bu durum işverenlerin lehine olmakla birlikte kayıt dışılığı özendirme sebebiyle doğru değildir. Bu teşvik; 5335 sayılı Kanunun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren kurum ve kuruluşlara ait işyerleri ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanununa, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununa ve uluslararası anlaşma hükümlerine istinaden yapılan alım ve yapım işleri ile 4734 sayılı Kanundan istisna olan alım ve yapım işlerine ilişkin işyerleri ile sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar ve yurtdışında çalışan sigortalılar hakkında uygulanmaz. Sağlanan teşvikten yararlanmakta olan işverenler, bu teşvikten yararlanan ayda aynı sigortalı için diğer sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerinden yararlanamaz (Özcan, C. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/yeni-istihdama-2020-yilina-kadar-prim-gelir-vergisi-ve-damga-vergisi-tesviki/40193>; Gündüz, 2018, s.230).

Bu teşvikten yararlanmakta olan işverenler, teşvikten yararlanan ayda aynı sigortalı için diğer sigorta prim teşvik, destek ve indirimlerinden yararlanamaz. Ancak, işverenlerin aynı anda aynı sigortalı için birden fazla teşvikten yararlanması mümkündür. Böyle durumlarda öncelikle, 5510 sayılı Kanunun 81. maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden 5 puanlık indirim uygulanacak, ardından prime esas kazanç alt sınırına kadar olan kazançlar üzerinden kalan işveren hissesine karşılık gelen tutarın toplamı kadar yararlanılacaktır.

İşveren Desteği-Bir Senden Bir Benden (4447/Geçici 20)

2017 yılında Sosyal Güvenlik Kurumuna verilen aylık prim ve hizmet belgelerinde kayıtlı sigortalı sayısı ortalaması 1 ila 3 olan, imalat sektöründe faaliyet gösteren ve bu sektörde ustalık belgesi sahibi olunan özel sektöre ait işyerlerince, işe giriş tarihi itibarıyla 18 yaşından büyük ve 25 yaşından küçük sigortalılardan ve Kuruma kayıtlı işsizler arasından olmak kaydıyla 01.01.2018 tarihinden itibaren 5510 sayılı Kanunun 4/1/(a) bendi kapsamında işe alınanların; işe girdikleri aydan önceki üç aylık sürede toplam on günden fazla 5510 sayılı Kanunun 4/1/(a) ve (c) bentleri kapsamında SGK'ya bildirilmemiş olmaları ve isteğe bağlı sigortalılık hariç 5510 sayılı Kanunun 4/1/(b) bendi kapsamında sigortalı olmamaları, 2017 yılında SGK'ya bildirilen aylık prim ve hizmet belgelerinde veya muhtasar ve prim hizmet beyannamelerinde kayıtlı sigortalı sayısının ortalamasına ilave olmaları kaydıyla, işe alındıkları tarihten 2018 yılı Aralık ayına kadar geçerli olmak üzere, destek kapsamına giren sigortalılar için 5510 sayılı Kanunun 82. maddesi uyarınca belirlenen *prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan sigortalı ve işveren hissesi primlerinin (%34,5) tamamı tutarında bu işverenlerin SGK'ya ödeyecekleri tüm primlerden mahsup edilmek suretiyle işverene prim desteği sağlanır ve destek tutarı İşsizlik Sigortası Fonundan karşılanır* (Gündüz, 2018, s.233 <http://www.muhasabetr.com/yazarlarimiz/kenanozdemir/001/>).

³ 5510 s. Kanun Ek Madde14/1: Mahkeme kararıyla veya yapılan kontrol ve denetimlerde çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmedığı veya bildirilen sigortalıyı fiilen çalıştırmadığı tespit edilen işyerleri ilk tespitte bir ay süreyle, ilk tespit tarihinden itibaren üç yıl içinde tekrar eden her bir tespit için ise bir yıl süreyle bu Kanun, 3294 sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu ve 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununda yer alan sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerden yararlanamaz. Bu Kanun ve 3294 sayılı Kanun ile 4447 sayılı Kanunda bu maddeye aykırı olan hükümler uygulanmaz.

Destek kapsamındaki sigortalılar için yukarıda belirtilen prim desteğiyle birlikte ayrıca 2018 yılı Aralık ayına kadar geçerli olmak üzere; sigortalının destek sağlanan aya ilişkin prim ödeme gün sayısının 53,44 TL ile çarpılması sonucu bulunacak tutar, ücret desteği olarak Kurum tarafından işverene ödenir ve destek tutarı Fondan karşılanır (Gündüz, 2018, s.233; <http://iskanunu.com/kanun-ve-yonetmelikler/son-degisiklikler/2018-torba-yasa-tesvikleri>).

Bu maddeyle sağlanan prim ve ücret desteği 2018 yılı Aralık ayını geçmemek üzere, sigortalının işe alındığı ayı takip eden ilk aydan başlamak üzere her ikinci ay için uygulanır (Gündüz, 2018, s.233; <http://iskanunu.com/kanun-ve-yonetmelikler/son-degisiklikler/2018-torba-yasa-tesvikleri>).

İşe giriş tarihi itibarıyla sigortalının, işverenin birinci derece kan veya kayın hısmı ya da eşi olması durumunda söz konusu sigortalıdan dolayı bu maddede yer alan destekten yararlanılamaz. Sigortalının işe giriş tarihinden sonra işverenle arasında oluşan hısımlık veya evlilik durumları destekten yararlanmayı etkilemez.

Bu kapsamdaki destekten yararlanan ayda aynı sigortalı için diğer sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerden yararlanılamaz. Bu destekten yararlanılmayan ayda destek kapsamına giren sigortalıdan dolayı, 5510 sayılı Kanununun 81. maddenin 1. fıkrasının (1) bendi ile aynı maddenin 2. fıkrasında yer alan prim indirimi dışındaki diğer sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerden yararlanılamaz.

Fondan bu teşvik kapsamında karşılanan tutarlar, gelir ve kurumlar vergisi uygulamalarında gelir, gider veya maliyet unsuru olarak dikkate alınmaz.

5335 sayılı Kanununun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren kurum ve kuruluşlara ait işyerleri ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanununa, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununa ve uluslararası anlaşma hükümlerine istinaden yapılan alım ve yapım işleri ile 4734 sayılı Kanundan istisna olan alım ve yapım işlerine ilişkin işyerleri ve sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar ve yurtdışında çalışan sigortalılar hakkında uygulanmaz (Yetkin, 2018, s.3 06).

Mahkeme kararıyla veya yapılan kontrol ve denetimlerde çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmedeği veya bildirilen sigortalıyı fiilen çalıştırmadığı tespit edilen işyerleri hakkında, 5510 sayılı Kanununun ek 14. maddesi uyarınca işlem yapılır. Ancak, 14. madde ile ilgi yukarıda yaptığımız eleştiri bu teşvik için de geçerlidir.

4447 Sayılı Kanunun Geçici 19. ve Geçici 20. Maddeleri Kapsamında İşe Alınanların Ücretlerine Yönelik Gelir vergisi Teşviki (4447/Geçici 21)

4447 sayılı Kanunun geçici 19. ve geçici 20. maddeleri kapsamında işe alınanların ücretlerinin, ilgili yılda uygulanan *asgarî ücretin aylık brüt tutarının prim ödeme gün sayısına isabet eden tutarı üzerinden hesaplanan gelir vergisinin asgarî geçim indirimi uygulandıktan sonra kalan kısmı, verilecek muhtasar beyanname üzerinden tahakkuk eden vergiden terkin edilir* (Gündüz, 2018, s.236).

Dolayısıyla, ek istihdam sağlayan işverenlere belli bir sınır ve süre çerçevesinde sağlanan avantaj, indirim şeklinde değil, tahakkuk eden verginin terkinin suretiyle sağlanmakta olup, getirilen teşvikten, sigortalı değil ek istihdam sağlayan işveren yararlanmaktadır. Bu teşvik kapsamında yapılan ücret ödemelerine ilişkin düzenlenen kâğıtlara ait damga vergisinin aylık brüt asgarî ücretin prim ödeme gün sayısına isabet eden kısmı beyan edilmez ve ödenmez. Bu teşvikle sağlanan vergi teşvikleri 2020 yılı Aralık ayı aşılmamak üzere, teşvik kapsamına giren çalışanlar için 12 ay süreyle uygulanır. Ancak bu süre; işe giriş tarihi itibarıyla teşvik kapsamına giren; 18 yaşından büyük kadın, 18 yaşından büyük 25 yaşından küçük erkek çalışanlar ile Kuruma engelli olarak kayıtlı sigortalılar için 18 ay olarak uygulanır. Bu kapsamındaki vergi teşvikleri, 4447 sayılı Kanunun geçici 20. maddesi kapsamında sağlanan teşvikten yararlanan çalışanlar için maddede yazılı süre ve şartlarla sınırlı olarak uygulanır, prim ve ücret desteği sağlanmayan aylar için vergi teşvikleri de uygulanmaz (Özcan, C. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/yeni-istihdama-2020-yilina-kadar-prim-gelir-vergisi-ve-damga-vergisi-tesviki/401933>).

Bu teşvik kapsamında gelir vergisi stopajı teşvikinden yararlananlar, diğer kanunlarda yer alan benzer nitelikli gelir vergisi stopajı teşviklerinden yararlanamaz.

Bu teşvik; 5335 sayılı Kanunun 30. maddesinin 2. fıkrası kapsamına giren kurum ve kuruluşlara ait işyerleri ile 2886 sayılı Devlet İhale Kanununa, 4734 sayılı Kamu İhale Kanununa ve uluslararası anlaşma hükümlerine istinaden yapılan alım ve yapım işleri ile 4734 sayılı Kanundan istisna olan alım ve yapım işlerine ilişkin işyerleri ile sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar ve yurtdışında çalışan sigortalılar hakkında uygulanmaz.

İş Sağlığı ve Güvenliği Önlemlerini Teşvik (4447/Ek4)

4447 sayılı Kanunun ek 4. maddesine göre, 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu kapsamında *çok tehlikeli sınıfta yer alan ondan fazla çalışmanı bulunan ve üç yıl içinde ölümlü veya sürekli iş göremezlikle sonuçlanan iş kazası meydana gelmeyen işyerlerinde çalışanların işsizlik sigortası işveren payı (%2) teşvik olarak bir sonraki takvim yılından geçerli olmak üzere ve üç yıl süreyle %1 olarak alınır* (Tuncay ve Ekmekçi, 2017, s.208).

Ölümlü veya sürekli iş göremezlikle sonuçlanan iş kazası meydana gelmesi hâlinde takip eden aydan itibaren bu teşvik uygulamasına son verilir. Burada belirtilen teşvikten yararlanan işverenlerden iş kazalarını bildirmeyenler, iş kazasının meydana geldiği tarihten itibaren yararlandıkları primleri yasal faizi ile birlikte geri öderler ve bu teşvikten 5 yıl süre ile yasaklanırlar. Niteliği itibarıyla sürekli bir teşviktir. Teşvikin amacı çok tehlikeli sınıfta meydana gelebilecek iş kazalarının önlenmesidir. İş kazaları, iş kazası ve meslek hastalıkları sigortası ile ilişkili olmasına rağmen prim teşviki işsizlik sigortası primlerine uygulanmaktadır (Güzel vd, 2018, 313; Yetik, 2018, s.294).

Tablo 2’de yukarıda ifade edilen 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununda düzenlenen teşvik ve desteklerin tablo haline getirilmiş özet bilgisi bulunmaktadır.

Tablo 2. 4447 sayılı Kanun kapsamındaki teşvik ve destekler

Teşvik Türü	Sektör / Kapsam	Teşvikin süresi ve Bitiş Tarihi	Prim Matrahı	Sigorta Kolu	Teşvik Oranı / Miktar	Finansman Kay.
İşsizlik Öden. Alan. İstih. (4447/50/5)	Özel Sektör	İşsizlik ödeneğine hak kazandığı süre boyunca / -	PEK Alt Sınırı	MYÖ İKMH;H;A GSS	MYÖ Tamamı İKMH,H,A %1 GSS Tamamı	İşs. Sig. Fonu
Genç, Kadın, Mes. Belgeli (4447/Geçici10)	Özel Sektör	48 ay, 36 ay,24 ay,12 ay / 31.12.2020	PEK	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı	İşs. Sig. Fonu
İEP (4447/Geçici15)	Özel Sektör	42 ay, 30 ay / 31/12/2018	Önce PEK üzerinden %5 Kalan PEK Alt Sınırı	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı	İşs. Sig. Fonu
İşveren Desteği (4447/Geçici19)	Özel Sektör / İmalat ve Bilişim	12 ay, 18 ay / 31.12.2020	PEK	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı + Sig. His. Tamamı	İşs. Sig. Fonu
	Özel Sektör	12 ay / 31.12.2020	PEK Alt Sınır	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı + Sig. His. Tamamı	
İşveren Desteği (4447/Geçici20)	Özel Sektör/ İmalatta ustalık belgesi olan 1-3 sigortalısı olan	Sürekli / 31.12.2020	PEK Alt Sınırı	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı	Hazine
İşveren Desteği (4447/Geçici21)	Özel Sektör / Özel Sektör/ İmalatta ustalık belgesi olan 1-3 sigortalısı olan	12 ay / 31.12.2020	PEK Alt Sınır	Gelir vergisinden terkin	-	Hazine
İSG Önlemlerini Teşvik (4447 Ek4)	Özel	3 Yıl	PEK	İşsizlik Sigortası	İşv. His. %1'i	İşs. Sig. Fonu

Engelli Sigortalı İstihdamına Yönelik Teşvik (4857/30)

Engellilerin çalışma hayatına kazandırılması için getirilen ve 01.07.2008 tarihinde uygulamaya konulan sürekli bir teşviktir. 4857 sayılı İş Kanununun 30. maddesine göre, özel sektöre ait kontenjan dahilindeki engellileri çalıştıran işyerleri ile korumalı işyerleri, kontenjan fazlası engelli sigortalı çalıştıran işyerleri ve yükümlü olmadığı halde engelli çalıştıran işyerlerinde sigortalıların, *prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hisselerinin (%20,5) tamamının Hazinece karşılanır* (Alper, 2017, s.242). İşveren hissesine ait primlerin Hazinece karşılanabilmesi için işverenlerin çalıştırdıkları sigortalılarla ilgili olarak aylık prim ve hizmet belgelerinin yasal süresi içerisinde Sosyal Güvenlik Kurumuna verilmesi ve sigortalıların tamamına ait sigorta primlerinin sigortalı hissesine isabet eden tutarı ile Hazinece karşılanmayan işveren hissesine ait tutarın ödenmiş olması şarttır (Güzel vd, 2018, s. 306).

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim için aranan “genel şartlar” bu teşvik için de geçerlidir.

Sosyal güvenlik destek primine tabi çalışanlar, topluluk sigortasına tabi çalışanlar, yurt dışında çalışan sigortalılar ile aday çırak, çırak ve öğrencilerden dolayı işverenler bu teşvikten yararlanamaz.

Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerine İlişkin Teşvik (5746/3)

5746 sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanunda da sosyal sigorta primleri ile ilgili olarak bir teşvik yer almaktadır. 01.04.2008 başlayan bu teşvik Ar-Ge/Tasarım ve destek personeli ile 4691 sayılı Kanununun geçici 2. maddesi uyarınca ücreti gelir vergisinden muaf olan personelin; *ücretleri üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin (%20,50) %50’si_31.12.2023 tarihine kadar Maliye Bakanlığı (Hazine ve Maliye Bakanlığı) bütçesine konulacak ödenekten karşılanacaktır* (Bozdemir, 2018, s.17; Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2013, s.55).

Bu teşvikten yararlanabilmek için aylık prim ve hizmet belgesinin Kuruma yasal süresi içinde verilmiş olması, sigortalının fiilen çalışması, Ar-Ge/Tasarım personeli veya Ar-Ge personel sayısının % 10’u aşılmamak kaydıyla destek personeli ya da 4691 sayılı Kanun uyarınca ücreti gelir vergisinden istisna tutulmuş personel olması gereklidir.

Bu teşvikle, 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim birlikte uygulanacaksa önce 5 puanlık indirim uygulanacak ardından kalan %15,5 işveren payının yarısı (%7,75) sigorta primine esas kazanç üzerinden hesaplanacaktır (<http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/isveren/ist-tesvikleri>).

Kültür Yatırımları ve Girişimleri Hakkında Uygulanan Sigorta Primi Teşviki (5225/5)

01.08.2004 tarihinde başlayan ve prim teşviki öngören bir başka düzenleme de 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanununda yer almaktadır. Kültür Yatırım Belgesi almış olan işyerlerinde fiilen çalışan sigortalıların *prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin (%20,5) 3 yıl boyunca %50’si, Kültür Girişim Belgesi almış işyerlerinde fiilen çalışan sigortalıların ise prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin (%20,5) 7 yıl boyunca %25’i, Kültür ve Turizm Bakanlığı bütçesine konulan ödenekten karşılanacaktır. Sürekli bir teşviktir* (Sözer, 2017, s.218; Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2013, s.57). *İşverenin, kurumlar vergisi mükellefi olması, Kültür Yatırım Belgesi veya Kültür Girişim Belgesi alınmış olması, aylık prim ve hizmet belgesi Kuruma yasal süresinde verilmiş olması, Türkiye genelinde prim, idari para cezası ve bunlara ilişkin gecikme zammı ve cezası borcu bulunmaması, varsa bu borçlar yapılandırılmış, taksitlendirilmiş ve düzenli ödeniyor olması gerekmektedir* (Umdü ve Yıldız, 2010, s.161; Güzel vd. 2018, s.311).

Bu teşvikle, 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendi uyarınca, malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesinden uygulanacak 5 puanlık indirim birlikte uygulanacaksa önce 5 puanlık indirim uygulanacak ardından kalan ve kalan %15,5 işveren payının 50'si veya %25'i SPEK üzerinden hesaplanacaktır.

Tablo 3'de yukarıda ifade edilen 4857 sayılı İş Kanunu, 5746 sayılı Kanun ve 5225 sayılı Kanunda düzenlenen teşviklerin tablo haline getirilmiş özet bilgisi bulunmaktadır.

Tablo 3. 4857, 5764 ve 5225 sayılı Kanunlar kapsamındaki teşvikler

Teşvik Türü	Sektör / Kapsam	Teşvikin süresi ve Bitiş Tarihi	Prim Matrahı	Sigorta Kolu	Teşvik Oranı / Miktar	Finansman Kay.
Engelli İstih. (4857/30)	Özel Sektör	Sürekli / -	PEK Alt Sınırı	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. Tamamı	Hazine
Ar-Ge Teşviki (5746/3)	Özel Sektör	Sürekli / 31.12.2023	PEK	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. %50'si	Maliye Bakanlığı (Hazine ve Maliye Bakanlığı)
Kültür Yatırımları (5225/5)	Özel Sektör / Kültür Yatırım Belgesi	3 Yıl / -	PEK	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. %50'si	Kültür ve Turizm Bakanlığı
	Özel Sektör / Kültür Girişim Belgesi	7 Yıl / -	PEK	MYÖ İKMH;H;A GSS	İşv. His. %25'si	

Sonuç

İşverenler, genellikle 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (1) bendinde düzenlenmiş olan malullük, yaşlılık ve ölüm sigortası primlerinin işveren hissesine uygulanacak 5 puanlık prim indiriminden yararlanıyor olsalar da son yıllarda 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu, 4857 sayılı İş Kanunu, 5746 Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkındaki Kanunun, 5225 sayılı Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik Kanunu ile ilave istihdamı artırılması, gençlerin, kadınların ve mesleki yeterlilik belgesi olanların ve engellilerin istihdama katılımının kolaylaştıran birçok indirim, teşvik ve destek uygulamaya konmuştur. Bütün bu teşvik uygulamaları incelendiğinde uygulamalar arasında bir standardın olmadığı, birçok farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. Bu farklılıkların başında da teşvikin sağlanacağı kurum ve kaynağı gelmektedir.

Teşvik uygulamaları kapsamında birçok teşvik, destek ve indirim olduğu gibi bunlar için gerekli olan kaynakların kullanılacağı yerler ve kurumlar da bir o kadar çoktur. Örneğin, İşsizlik Sigortası Fonu, Hazine, Maliye Bakanlığı (Hazine ve Maliye Bakanlığı), Ekonomi Bakanlığı (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) ve Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi birçok yerden bu teşvikler finanse edilmektedir. Bu durum sistemin anlaşılmasını ve kavranmasını güçleştirmektedir. Bu nedenle teşviklerin aynı kaynaktan yapılarak karmaşıklığın giderilmesi ve biraz daha sadeleştirilmesi gerekmektedir.

Aynı şekilde bazı teşvikler sigortalının prime esas kazancı (PEK) üzerinden bazıları ise prime esas kazanç alt sınırı (PEK Alt Sınır) üzerinden alınmaktadır. Teşviklerde iki ayrı kazanç miktarının esas alınması konuyu daha karmaşık hale getirmektedir. Bu konuda da bir örneklik sağlanması yararlı olacaktır.

Ayrıca, bazı teşvikler sadece işveren prim payı üzerinden verilirken bazı teşvikler de ise hem işveren hem de sigortalı prim payının toplamı üzerinden sağlanmaktadır. Bu durum da karışıklıklara yol açmakta ve sistemin anlaşılmasını ve uygulanmasını güçleştirmektedir. Bu konuda da bir örneklik sağlanması yararlı olacaktır.

Bunların haricinde de teşvik uygulamalarında bazı sorunlar göze çarpmaktadır. 5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendinde düzenlenmiş 5 puanlık indirimde, eğer o işyerinde alt işveren çalıştırılıyor ise alt işverenin çalıştırdığı sigortalıların SGK'ya bildirilmediğinin tespit edilmesi halinde, hem kayıt dışı sigortalı çalıştıran alt işverene hem de asıl işverene müeyyide uygulanmaktadır. Asıl işverene müeyyide uygulanarak indirimden yararlandırılmaması kanımızca pek adil değildir. Bu hususun da yeniden gözden geçirilmesinde yarar vardır.

Ayrıca, alt işverenin SGK'ya olan borçlarından dolayı asıl işvereni sorumlu tutarak sigorta primi, işsizlik sigortası primi veya idari para cezası bulunması nedeniyle asıl işvereni 5 puanlık prim indiriminden mahrum bırakmak da adil değildir. Bu konunun da yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir.

5510 sayılı Kanununun 81. maddesinin 1. fıkrasının (ı) bendinde düzenlenmiş olan 5 puanlık indirimle ilgili bir diğer sorun da şöyledir. 5510 sayılı Kanununun Ek 14. maddesinin 1. fıkrasıyla, “mahkeme kararıyla veya yapılan kontrol ve denetimlerde çalıştırdığı kişileri sigortalı olarak bildirmediği veya bildirilen sigortalıyı fiilen çalıştırmadığı tespit edilen işyerleri ilk tespitinde bir ay süreyle, ilk tespit tarihinden itibaren üç yıl içinde tekrar eden her bir tespit için ise bir yıl süreyle bu Kanun, 3294 sayılı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu ve 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanununda yer alan sigorta primi teşvik, destek ve indirimlerden yararlanamaz.” hükmü getirilmiştir. Ancak, anılan maddenin 3. fıkrasında eğer bir işyerinde beş kişiden fazla olmamak koşuluyla çalıştırılan toplam sigortalı sayısının %1'ini aşmamak kaydıyla, çalıştırılanların sigortalı olarak bildirilmediğinin veya bildirilen kişilerin fiilen çalışmadığının (sahte sigortalılık) tespit edilmesi hâlinde, 5510 sayılı Kanununun ek 14. maddesinin 1. fıkrasındaki müeyyidenin uygulanmayacağı belirtilmektedir. Bu durum da kayıt dışılığı artırabileceği için yeniden değerlendirilmelidir.

SGK'ya prim ödeme gün sayısı veya prime esas kazanç tutarının eksik bildirdiğinin tespit edildiği durumlar da teşvikle ilgili sorunlu alanlar arasındadır. Prim ödeme gün sayısı veya prime esas kazanç tutarının eksik bildirdiğinin tespit edilmesi halinde işverenler, kanunlarda öngörülen diğer şartları sağlamaları kaydıyla 5 puanlık prim indirimden yararlanmaya devam etmektedirler. Bu da adil olmadığı gibi suistimale açık bir konu olup yeniden düzenlenmelidir.

İlave 6 puan indiriminde yararlanabilmek için işyerinde ilgili ayda 10 ve üzerinde sigortalı çalıştırma şartı bulunmaktaydı. Bu koşul 2016/Mart ayından itibaren kaldırılmıştır. Daha fazla işverenin bu indirimden yararlanmasını sağlaması bakımından bu düzenlemenin isabetli olduğunu belirtmek gerekir.

Son olarak iş kazası meydana gelmeyen işyerlerinde çalışanların işsizlik sigortası işveren prim payı teşvik olarak bir sonraki takvim yılından geçerli olmak üzere ve üç yıl süreyle %1 olarak alınmaktadır. Aslında iş kazası meydana gelmeyen işyerlerinde indirimin iş kazası ve meslek hastalıkları sigortası priminden yapılması gerekmektedir. Ancak teşvikin neden işsizlik sigortası işveren priminden yapıldığı anlaşılamamaktadır. Bu hususun da yeniden gözden geçirilmesinin sistemin tutarlı olması bakımından önemli olduğu kanaatindeyiz.

Kaynakça

- Alper, Y. (2018). *Türk Sosyal Güvenlik Sistemi ve Sosyal Sigortalar Hukuku Dersleri*. Bursa: Dora.
- Başbuğ, A. (2103). *Türk Sosyal Güvenlik Sisteminde Sosyal Sigortalar*. Ankara: Şeker-İş
- Bozdemir, E. (2018). Ar-Ge ve Yenilik Faaliyetlerinde Teşviklerin Muhasebe Standartları Açısından Değerlendirilmesi ve Muhasebeleştirilmesi. *Mali Çözüm*. Ocak-Şubat 2018, 13-40.
- Caniklioğlu, N. (2011). *Sosyal Sigortalarda Prim Teşvikleri*. İstanbul: Beta.
- Gerek, N., Oral, A. İ. (2019), *Sosyal Güvenlik Hukuku*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Gündüz, T. (2018). 7103 Sayılı Yasa İle Getirilen Sigorta Primi, Ücret ve Vergi Teşviki. *Mali Çözüm*, Mayıs-Haziran 2018, 227-238.
- Güzel, A., Okur, A. R., Caniklioğlu, N. (2018). *Sosyal Güvenlik Hukuku*. İstanbul: Beta.
- Olgaç C., Bulut, M. (2012). *Sosyal Güvenlik Uygulamaları İşveren Rehberi*. Ankara: TİSK.
- Sözer, A. N., (2017). *Türk Sosyal Sigortalar Hukuku*. İstanbul : Beta
- Tuncay, C., Ekmekçi, Ö., (2017). *Sosyal Güvenlik Hukuku Dersleri*. İstanbul: Beta.
- Umdü, E., Yıldız, R. (2010). *Sigorta Prim Teşvikleri ve İşçi Ödenekleri*. İstanbul: İTO.
- Yetik, M. (2018). *Sosyal Güvenlik Hukukunda Primler ve Prim Teşvikleri*. İstanbul: Legal.
- Ünlü, K. (2018). 2018 Yılında Uygulanacak Yeni İşveren Desteği. *Mali Çözüm*, Mayıs-Haziran 2018, 239-244.
- Doğan, N. <http://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/2019un-istihdam-tesvikleri-410734336> (25.01.2018).
- Özcan, C. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/yeni-istihdama-2020-yilina-kadar-prim-gelir-vergisi-ve-damga-vergisi-tesviki/401933> (26.01.2018).

Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2013). Sosyal Güvenlik Kurumu, Sosyal Güvenlik Sisteminde Primler, SGK Yayın No:70, Sosyal Güvenlik Bilgi Serisi: 2013/3. (Çalışma Sosyal Güvenlik Bakanlığı).

Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı. (2013). Sosyal Güvenlik Kapsamındaki Sigortalıların Hak ve Yükümlülükleri. Ankara. (SGK Başkanlığı).

<http://iskanunu.com/kanun-ve-yonetmelikler/son-degisiklikler/2018-torba-yasa-tesvikleri/> (14.02.2018).

<http://istihdamatesvik.com/tesvikler> (25.01.2018).

<http://www.muhasibetr.com/yazarlarimiz/kenanozdemir/001/> (25.01.2018).

<http://www.sgk.gov.tr/> İstihdam Teşvikleri Hakkında Bilinmesi Gerekenler (25.01.2018).

<http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/isveren/ist-tesvikleri> (18.10.2019).



Tüketicinin Nesnelerin İnterneti Teknolojilerini Benimsemesi ve Bir Uygulama
Consumer's Adoption of the Internet of Things Technologies and an Application

Prof. Dr. Celal Hakan Kağncıoğlu¹ - Arş. Gör. Haldun Çolak²

Başvuru Tarihi: 22.08.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin gelecekte Nesnelerin İnterneti (Nİ) teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyetinin açıklanmasıdır. Bütünleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi 2'de yer alan Performans Beklentisi, Çaba Beklentisi, Sosyal Etki, Hazsal Motivasyon ve Alışkanlık değişkenlerine Güven ile Güvenlik ve Mahremiyet değişkenleri eklenmiştir. Ayrıca moderatör etkisine bakmak amacıyla Teknoloji Hazır Olma İndeksi de çalışmada yer almaktadır. 377 katılımcıdan elde edilen veriler PLS-Yapısal Eşitlik Modellemesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Bulgulara göre davranışsal niyete ait R² yüksek kabul edilebilecek bir değer olan 0,60 olarak bulunmuştur. Ayrıca tüketicilerin mevcut akıllı cihazlarla girdikleri etkileşimleri sonucu sahip oldukları deneyim, onların yeni teknolojilere de alışkanlık kazanacakları inancını yansıtmakta ve dolayısıyla bu teknolojileri benimseyebileceklerini göstermektedir. Güven değişkeninin tüketicilerin bu teknolojilerden beklentilerini karşılamasında önemli bir değişken olduğu ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar güvenlik ve mahremiyetin DN üzerinde doğrudan etkisi tespit edilemese de, hazsal motivasyonun tam aracılık etkisiyle, DN üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi saptanmıştır. Tüketicilerin Nİ teknolojileriyle ilişkili veri mahremiyetinin korunması gibi konularda yeteri kadar bilgi sahibi olmadıkları anlaşılırken, Nİ teknolojilerinin kullanımı ile elde edilecek hazza yönelik inanç tüketicilerin veri mahremiyetine yönelik korkularını azaltmaktadır. Öte yandan tüketicilerin teknolojiye hazır olma seviyeleri yükseldikçe daha fazla haz alma, algılanan faydada artış ve daha kolay bir kullanım algısının oluşacağı sonucu çıkmaktadır. Özgünlük katan diğer birçok gizil ilişki ile birlikte bu çalışma, gelecekte bu teknolojilerin tüketiciler tarafından kabulü noktasında hem teorik hem de uygulamaya ışık tutması açısından önemli sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Nesnelerin İnterneti, Teknoloji Kabulü, BTKKT 2, Tüketiciler

¹ Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi, chkagnic@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4369-6063

² Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, halduncolak@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7164-3538

Abstract

The purpose of this study is to explain the behavioural intention towards consumers' adoption of The Internet of Things (IoT) technologies in the future. Accordingly, to those variables which are in the original model (Unified Technology Acceptance and Usage Theory 2) namely Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation and Habit, we add two new variables Trust and Security and Privacy. Besides, to examine the moderating effect, Technology Readiness Index is included in model. The data derived from 377 participants are analysed with PLS-Structural Equation Modelling method. According to findings, behavioural intention's R² is calculated as 0,60 which is quite high. Furthermore, consumers' experience retrieved from the interaction with current smart devices reflects the believe that they will gain habit from new technologies and also shows that they may adopt those new technologies. Trust is also an important variable meeting the expectations of consumers from this technology. Eventhough, it hasnt been determined that security and privacy has direct and significant effect on behavioural intention, it is understood that security and privacy has direct affect on behavioural intention via full mediation effect of medonic motivation. While it is implied that consumers dont have any information related to security and privacy issues of IoT, their fears towards information privacy decreases as their believe that they gain more hedonic pleasure increases. Besides as the readiness level of consumers increases, they develop perception of more enjoyment, increased usefulness and easier usage. Consequently, with the other latent relationships adding originality, this study gives important results illuminating both theoretical and practical sides regarding future adoption of IoT technologies by consumers.

Keywords: *The Internet of Things, Technology Adoption, UTAUT 2, Consumers*

Giriş

Günümüzde sürekli gelişen pazarlar ve artan küresel rekabet endüstri üretiminin de farklı bir noktaya gelmesini sağlamıştır. Bu bağlamda Nesnelerin İnterneti (Nİ) teknolojileri başta olmak üzere birçok gelişmiş bilgi ve iletişim teknolojileri, sözü edilen endüstri üretimini Endüstri 4.0 olarak bilinen kavram çerçevesinde şekillendirmiştir. Bu noktada Endüstri 4.0 ile yeni ürün geliştirme süreçlerinde kısalma, kişiye özel üretime yönelik talebin oluşması, esnekliğin geliştirilmesi ve hammadde sıkıntılarının giderilmesi gibi gereksinimlerin hızlı bir şekilde giderilmesi mümkün olmuştur (Lasi vd., 2014). Endüstri 4.0'ın getirdiği fırsatları değerlendirebilen işletmeler rekabette bir adım öne çıkarken, tüketici boyutu dikkate alındığında birçok sosyal ve tüketime yönelik desenin de bu gelişmelerden etkilendiğini söylemek mümkündür. Bu etkiyi yaratan en önemli etken ise bütün nesnelerin internet üzerinden birbirleriyle ve kullanıcılarla iletişimini mümkün kılan Nİ teknolojileri olmaktadır. Nesnelerin İnterneti (Nİ) teknolojileri, insanlara daha yenilikçi ve akıllı ürün ve hizmetler sağlarken aynı zamanda birbirleriyle ve kullanıcılarla internet üzerinden iletişim kurabilme olanağı sunabilmekte ve akıllı cihazlar sayesinde insanların hayatlarını kolaylaştırabilmektedir. Nİ teknolojileri sağlık, akıllı ev ve otomasyonları, akıllı şebekeler, askeriye, otomotiv, taşıma ve lojistik, çevre düzenleme ve havacılık gibi birçok alanda yaygın şekilde kullanılırken, tüketici

ürünleri açısından bakıldığında başlangıç aşamasında olduğu söylenebilir. Ancak Nİ teknolojilerinin sahip oldukları yetenekler ve işletmelerin bu teknolojilere yapacağı yatırımlar düşünüldüğünde bahsedilen çerçeve daha da genişleyecektir. Örnek olarak Cisco (2013)'e göre, 2013 yılı ile 2022 yılları arasında Nİ teknolojilerinin şirketler ve endüstriler için 14.4 trilyon dolarlık değer yaratacağı beklenmektedir. Dolayısıyla her nesnenin ya da ürünün Nİ'nin getireceği değişimden etkilenebilmesi söz konusu olacaktır. Bu doğrultuda Nİ teknolojileri sahip oldukları yenilikler ve sundukları olanaklarla, günlük yaşamlarında tüketici davranışlarını etkileyebilecektir (Gao ve Bai, 2014). Nİ teknolojilerinin gelecekte tüketiciler tarafından benimsenmesi ve kabulü noktasında, tüketiciyi motive eden faktörlerin neler olduğunun da ortaya konulması, çizilen çerçevede önemli bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla mevcut çalışmanın amacı yeni teknolojilerin kabulüne yönelik en önemli göstergelerden birisi olan Davranışsal Niyetin (DN) Nİ çerçevesinde oluşumu ve nelerden etkilendiğinin ortaya konulmasıdır. Mevcut çalışmada da BTKKT 2 modeli Nİ konseptine uygun olacak şekilde kullanılarak, DN üzerinde etkili olduğu düşünülen faktörler incelenmiştir.

Literatür Analizi

Nesnelerin İnterneti (The Internet of Things)

Nİ tüm nesnelerin internete bağlı olduğu ve en az insan etkileşimi ile kendi aralarında iletişim kurabildikleri ve kullanıcıları çevreleyen bir dünyayı ifade etmektedir. Nİ teknolojisi 3 temel katmandan oluşmaktadır. Bu temel katmanlar cihaz katmanı, bağlantı katmanı ve uygulama katmanı olarak bilinmektedir. Cihaz katmanı çeşitli sensörler ve veri toplayıcılardan oluşurken bağlantı katmanı ise cihaz katmanında toplanan verilerin uygulama katmanına iletilmesini sağlamaktadır (AlHogail ve AlShahrani, 2019). Son kullanıcı ile etkileşime geçen uygulama katmanında ise çeşitli hizmet ve uygulamalar yer almaktadır.

Mevcut literatür incelendiğinde çalışmaların genellikle Nİ teknolojilerinin teknik, güvenlik ve çeşitli alt sistem özellikleri üzerinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır (Ammar, Rusello ve Crispo, 2018; Alaba vd., 2017; Gago, Moyano ve Lopez, 2017; Gong 2016; Mohammadzadeh vd., 2018; Silva, Khan ve Han, 2018). Ancak Gao ve Bai (2014) ifade ettiği üzere tüketicinin karakteristik özelliklerinin ve sosyal özelliklerinin, tüketicilerin Nİ teknolojilerini kabulü üzerindeki etkilerini inceleyen çalışma sayısı oldukça az olmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma tüketicinin Nİ teknolojilerini kabulüyle ilişkili olarak etkili olan faktörleri belirleyen ve kabul davranışını açıklayan bir model geliştirme ve testini hedeflemektedir.

Teknoloji Kabulü ve Nesnelerin İnterneti

Kabul davranışının incelenmesine yönelik olarak Gerekçeli Davranış Teorisi (GDT), Planlı Davranış Teorisi (PDT), Sosyal Biliş Teorisi (SBT), İnovasyon Yayılma Teorisi (İYT), Teknoloji Kabul Modeli (TKM) ve Bütünleşik Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi 1 (BTKKT 1) gibi birçok teori ve model geliştirilmiştir. Araştırmacılar bu teoriler ve ilişkili modellerle kullanıcıların teknolojik ürünleri ya da sistemleri neden benimsedikleri ya da hangi faktörlerin bu benimseme davranışında rol oynadıklarını incelemiştir. Bu bağlamda Venkatesh, Thong ve Xu (2012) BTKKT 1'de yer alan Performans Beklentisi (PB), Çaba Beklentisi (ÇB), Sosyal Etki (SE) ve Düzenleyici Koşullar (DK) değişkenlerine; Hazzal Motivasyon (HM), Fiyat Değeri

(FD) ve Alışkanlık (AL) değişkenlerini ekleyerek modeli tüketici konseptine uygun hale getirerek BTKKT 2'yi ortaya çıkarmışlardır. Bu yönüyle BTKKT 2 tüketicinin yeni teknolojileri kabulünü ve kullanımını açıklamasına yönelik geliştirilen en kapsamlı teori olarak kabul edilmektedir (Gao, Li ve Luo, 2015). Teknoloji kabulüne yönelik yapılan çalışmalarda kullanılan bir diğer teori ise Parasuraman (2000) tarafından geliştirilen Teknoloji Hazır Olma İndeksidir (THİ). Bu indeks tüketicilerin teknolojilere karşı sahip oldukları kişilik özelliklerini yansıtmaktadır ve iyimserlik, yenilikçilik, rahatsızlık ve güvensizlik olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır. İyimserlik (optimism) ve yenilikçilik (innovativeness) teknolojiye karşı hazır olmayı ya da pozitif özellikleri ifade ederken, rahatsızlık (discomfort) ve güvensizlik (insecurity) teknolojiye karşı hazır olmamayı ya da olumsuz özellikleri ifade etmektedir.

Yeni teknolojilerin, sistemlerin ve ürünlerin kabulüne yönelik olarak birçok alanda DN üzerinde etkili olan faktörler belirlenmeye çalışılmıştır (Wong vd., 2014; Gaitan, Peral ve Jerenimo, 2013; Gao, Li ve Luo, 2015). Bazı çalışmalar ise Güven (GÜ) değişkenini de DN üzerinde etkili olması noktasında incelemiştir (El-Masri ve Tarhini, 2017; Mardjo, 2018). Bu çalışmalarda GÜ'nin DN'i açıklamada önemli bir değişken olduğu ortaya konmuştur. Söz konusu Nİ teknolojilerinin kabulü ve kullanımı olduğunda ise gerçekleştirilen az sayıda çalışmanın TKM'ni temel alarak Nİ konseptine uygun yeni model arayışında olduğu görülmektedir (Gao ve Bai, 2014; Attie ve Waarden, 2018; AlHogial ve AlShahrani, 2018).

Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik çalışmalarda sadece kabul teorilerinde yer alan değişkenlerin yeterli olamayacağı düşünülmektedir. Nİ teknolojileri sahip oldukları birçok yeteneğin yanında özellikle kişisel verilerin güvenliği ve kullanım güvenliğine yönelik tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla güven (GÜ) ile güvenlik ve mahremiyete (GVM) ilişkin konular Nİ konsepti çerçevesinde önemli ve incelenmesi gereken değişkenler olarak kabul edilmelidir. Söz konusu sistem ve mahremiyet güvenliği gibi kullanıcının öznel güvenlik algısı olduğunda literatürde bazı çalışmaların GVM'in DN üzerinde etkisi olduğunu tartışırken (Shin, 2010), bazı çalışmaların ise bu iki faktör arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını tartışmışlardır (Lian, 2015; Morosan ve DeFranco). Kişinin kontrol etme ve çevresindeki dünyayı tanıma ihtiyacıyla ilişkilendirilebilecek güven (GÜ) yeni teknolojilerin kabulüne yönelik çalışmalarda ilgi çeken faktörlerden birisi olmaya başlamıştır. Özellikle akıllı cihazlar, çeşitli teknolojik sistemler ve birçok diğer yeni teknolojinin kabulü noktasında güvenin davranışsal niyet üzerindeki etkisi saptanmıştır (Kaushik vd., 2015; Cabanillas, Marinkovic ve Kalinic, 2017; Aldossari ve Sidorova, 2018).

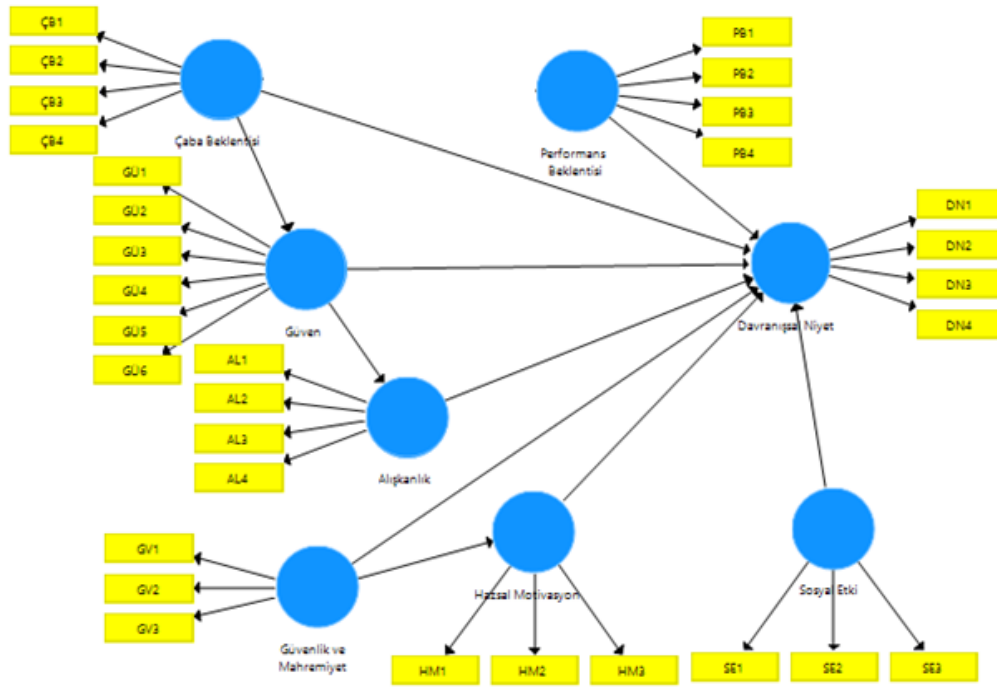
Teknoloji hazır olma indeksi başta TKM olmak üzere birçok teori dâhilinde kullanılarak teknoloji kabulü çerçevesinde davranışsal niyet üzerindeki dolaylı ve doğrudan etkileri incelenmiştir (Elliott, Meng ve Hall, 2012; Kuo, Liu ve Ma, 2013; Rahman vd., 2017). Bu çalışma kapsamında ise teknoloji hazır olma indeksinin moderatör etkisi incelenmek istenmektedir. Bu bağlamda yapılan alanyazın taraması sonucunda ilişkili tek çalışma Tsourela ve Roumeliotis (2015) olmaktadır. Çalışma sonuçlarına göre teknoloji hazır olma indeksi SE ve PB ile DN arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahip olmaktadır.

Nİ teknolojileri sahip oldukları yenilikler ve yeteneklerle tüketicilere eşsiz fırsatlar sunarak onların hayatlarını ve günlük tercihlerini değiştirmeyi hedeflemektedir. Sonuç olarak Nİ teknolojilerinin vaat ettiği ve tüketim alışkanlıklarını değiştirecek olan yeni özellikler düşünüldüğünde, tüketicilerin bu teknolojileri kabulü noktasında kapsamlı ölçüm modellerine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu noktada mevcut çalışmada BTKKT 2 çerçevesinde GÜ ve GVM modele eklenerek Nİ teknolojilerine tüketicinin hazır olup olmadığı DN açıklanarak incelenecektir.

Kavramsal Çerçeve ve Hipotezler

Literatüre benzer şekilde davranışsal niyet bu çalışmada tüketici kabulü açısından temel belirleyici olarak kabul edilmektedir (Venkatesh ve Davis, 2000; Venkatesh vd., 2003). Buradaki temel motivasyon davranışsal niyetin mevcut kullanım davranışının en önemli açıklayıcısı olmasıdır. Bu bağlamda tüketicilerin gelecekte Nİ teknolojilerini kullanmalarına yönelik tahmin açısından davranışsal niyetin açıklanması önemli olmaktadır. Şekil 1 Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyet ve belirleyicileri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Teorik açıdan bakıldığında geçmiş çalışmaların, kullanıcıların inançları ve davranışsal niyet arasındaki ilişki noktasında güçlü bir ilişkiyi açıkladığı görülmektedir (Baudier, Ammi ve Rouchon, 2018; El-Masri ve Tarhini, 2017; Gaitan, Peral ve Jerenimo, 2013). Bu yüzden yine teorik olarak davranışsal niyetin Nİ kabul davranışının açıklanması açısından tek bir bağımlı değişken olarak ele alınması gereçlendirilebilmektedir (Gao ve Bai, 2014). Ayrıca çalışmada şu 3 araştırma sorusuna da cevap aranmaktadır:

- Tüketim ve sosyal alışkanlıklar anlamında birçok deseni derinden etkileyeceği vurgulanan Nİ teknolojilerinin kabulü noktasında tüketici ne kadar hazır?
- Kullanım davranışının en önemli göstergelerinden olan Davranışsal Niyet hangi faktörlerce belirlenmektedir?
- PB, ÇB, SE, GÜ, AL, HM ve GVM ile DN arasındaki ilişki teknolojiye hazır olma seviyesine göre değişiklik göstermekte midir?



Şekil 1. Nİ Kabul Modeli

Tablo 1. Modelde Yer Alan Değişkenlere İlişkin Tanımlamalar

Değişken	Tanım	Yazar
Çaba Beklentisi (ÇB)	Sistem kullanımının kolaylığının tüketici tarafından algılanma derecesi	Venkatesh vd., (2003)
Sosyal Etki (SE)	Bireyin kendisi için önemli olan kişilerin, yeni sistemi kullanmasını istemeleri algısı	Venkatesh vd., (2003)
Hazsal Motivasyon (HM)	Teknoloji kullanımından elde edilen keyif ve haz	Brown ve Venkatesh, (2005)
Alışkanlık (AL)	Kişinin öğrenme dolayısıyla otomatik olarak sergileme eğiliminde olduğu davranış boyutu	Limayem, Hirt ve Cheung, (2007)
Performans Beklentisi (PB)	Kullanılan sistemin kişinin iş performansını geliştirmesine yardımcı olacağına yönelik inancının derecesi	Venkatesh vd., (2003)
Güven (GÜ)	Bir başkasının ya da bir sistemin durumdan avantaj sağlayıp fırsatçı bir şekilde davranmayacağını beklentisidir	Gefen, Karahanna ve Straub (2003)
Güvenlik (GVM)	Kişinin Nİ hizmetleri ya da ürünlerinin risk taşımadığına olan inanç boyutudur	(AlHogial ve AlShahrani, 2019)

Sosyal Etki ve Davranışsal Niyet

Venkatesh vd., (2003) sosyal etkiyi bireyin teknolojik ürünleri satın almadan önce kendisi için önemli olarak gördüğü bireylerin görüşlerine başvurması ya da onların davranışa yönelik inançlarıyla ilgili algılama derecesi olarak tanımlamaktadır. Birey kendisine yakın gördüğü ya da fikirlerini önemseydiği akrabaları, arkadaşları ve sosyal çevresinde yer alan diğer kişilerin görüşlerine başvurabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında sosyal etki Gereçekçeli Davranış Teorisi ve Planlı Davranış Teorisinde yer alan öznel normlara benzemektedir. Yeni teknolojilerin kabulü noktasında gerçekleştirilen birçok çalışmada sosyal etkinin davranışsal niyet üzerinde doğrudan ve pozitif etkisinin olduğu bulunmuştur (Wu, Wu ve Chang, 2016; Verkijika, 2018). Bu çalışmada da sosyal etkinin davranışsal niyet üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu öngörülmektedir. Dolayısıyla ilişkili hipotez:

H1: Sosyal etki, Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Performans Beklentisi ve Davranışsal Niyet

Nİ teknolojilerinin kullanımının kişinin günlük yaşantısında kendisine fayda sağlayacağına yönelik inancını yansıtan performans beklentisi BTKKT 1’de davranışsal niyetin açıklanmasında etkili olan en önemli faktör olarak belirlenmiştir (Venkatesh vd., 2003). Literatürde çeşitli teknolojilerin kabul davranışına yönelik yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Baptista ve Oliviera, 2015; Chipeva vd., 2018). İYT’de ifade edildiği üzere tüketiciler yeni bir teknolojik ürünün ya da hizmetin benimsenmesi noktasında bu ürün ya da hizmetin mevcut ürün ya da hizmetlere kıyaslandığında nispeten avantaj sağlamasını beklemektedirler (Gao ve Bai, 2014). Nİ teknolojileri sahip oldukları eşsiz yenilikler ve günlük yaşanacak problemlere karşı sürekli yeni çözümler getirebilme yeteneğine sahip oldukları için, tüketicinin bu anlamda sağlayacağı toplam faydaya yönelik inancı da yüksek olacaktır. Dolayısıyla ilişkili hipotez şu şekilde olmaktadır:

H2: Performans beklentisi, Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Hazsal Motivasyon ve Davranışsal Niyet

Venkatesh, Thong ve Xu (2012) hazsal motivasyonun davranışsal niyet üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu bulmuşlardır. Benzer sonuçlara literatürdeki birçok çalışmada rastlanabilir: Gao, Li ve Luo (2015) giyilebilir fitness cihazlarının kabulü; akıllı telefonların kabulü Simanjuntak ve Ramantoko (2016); iletişim ve bilgi teknolojilerinin benimsenmesi Chipeva vd., 2018; internet bankacılığı uygulamalarının kullanıcılar tarafından kabulü Alalwan vd., (2017). Nİ teknolojileri insanların yaşamlarını kolaylaştıracak birçok özelliğe sahipken aynı zamanda kullanıcıların eğlenceli vakit geçirmesini sağlayacak uygulamalar da sunmaktadır. Hazsal motivasyon diğer gerekçeli inançlardan bağımsız olarak tüketicinin duygusal motivasyonunun keşfedilmesini sağlarken aynı zamanda tüketicinin yeni nesil teknolojileri kabullerini de arttırmaktadır (Wu, Wu ve Chang, 2016). Dolayısıyla bu çalışma kapsamında ilişkili hipotez şu şekilde olmaktadır:

H3: Hazsal Motivasyon, gelecekte Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Güven, Alışkanlık ve Davranışsal Niyet

Alışkanlık genellikle teknolojiye yönelik geçmiş davranışların ve deneyimlerin sonuçlarını yansıtmaktadır (Baudier, Ammi ve Rouchon, 2018). Bu bağlamda yapılan çalışma neticesinde tüketicilerin mevcut akıllı teknolojilerle geliştirdikleri deneyimleri sonucunda bu teknolojilerin kullanımına bağımlı hale geldiklerinden Nİ teknolojilerinin gelecekte kullanımına yönelik olarak alışkanlık kazanacaklarına yönelik inançları da yüksek olacaktır. Ek olarak Ajzen ve Fishbein (2005)'e göre geçmiş deneyimler sonucu elde edilen geribildirimlerin gelecekteki birçok davranışı ve inancı şekillendirmektedir. Venkatesh, Thong ve Xu (2012) alışkanlığın davranışsal niyet üzerinde güçlü ve anlamlı bir etkisinin olduğunu bulmuştur. Benzer şekilde Herrero ve Martin (2017) sosyal ağların kullanıcılar tarafından benimsenmesi noktasında alışkanlığın niyet üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu bulmuşlardır.

Nİ teknolojilerinin kabulü çerçevesinde çok az sayıda çalışma güvenin davranışsal niyet üzerindeki etkisini incelemiştir (Belanche, Casalo ve Flavian, 2012; Gao ve Bai, 2014; Coughlan vd., 2012; AlHogail, 2018; AlHogail ve AlShahrani, 2019). Bu noktada ayrıca eğilimin TKM ve diğer modellerin bütünleşik bir şekilde kullanılarak diğer teknolojik ürün ve servislerin kabulüne yönelik güvenin incelenmesi şeklinde olduğu anlaşılmaktadır (Wei vd., 2009; Kaushik, Agrawal ve Rahman, 2015; Cabanillas, Marinkovic ve Kalinic, 2017). Ancak güven özellikle Nİ teknolojileri gibi beraberinde birçok avantajla beraber riskleri de getiren karmaşık sistemlerin tüketiciler tarafından kabulü noktasında önemli bir faktör olmaktadır. Güven esasında belirsizlikle ilişkili olduğu için, tüketicilerin geçmiş deneyimlerinden gelen geribildirimleri neticesinde sahip oldukları inançlar aynı zamanda gelecekte yeni teknolojilerin benimsenmesine yönelik güvenin oluşumunu da etkileyecektir. Dolayısıyla geribildirimler neticesinde yeni teknolojilerin kullanımına yönelik tüketici yüksek bir güven eğiliminde olursa bu da o teknolojilere bağımlı hale gelebilecekleri inançlarını da arttıracaktır. Buna paralel olarak Ouellette ve Wood (1998)'a göre eğer bir davranış alışkanlık haline geldiyse, gelecekte bu davranışın tekrarlanması bilinçli bir karara dayanacaktır. Bu bilinçli karar da temelde güvenden kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak tüketicilerin mevcut akıllı ürün ve sistemlerle olan deneyimleri sonucunda sahip oldukları güvenleri ve inançları onların gelecekte Nİ teknolojilerine bağımlı hale gelebilecekleri inançlarını da arttıracaktır. Dolayısıyla ilişkili hipotez şu şekilde olmaktadır:

H4: Güven gelecekte Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyeti alışkanlık aracılığıyla etkilemektedir.

Güvenlik ve Mahremiyet, Hazsal Motivasyon ve Davranışsal Niyet

Güvenlik ve mahremiyete ilişkin konular Nİ teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte tartışma yaratan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Güvenlik daha çok ürün ya da hizmetin risk içermeden kullanımını ifade ederken, mahremiyet ise kişisel verilerin güvenliği ile ilgili olmaktadır. Güvenlik ve mahremiyete ilişkin faktörler yeni teknolojilerin kabulünde önemli rol

oynamaktadır (AlHogail, 2018; Yıldırım ve Eldin, 2018; Falcone ve Sapienza, 2018) ve benimseme davranışının artması için kullanıcıların teknolojik ürün ve sistemleri kullanırken güvenli ve kişisel mahremiyetlerinin koruma altında olduğunu hissetmeleri gerekir. Ancak Nİ teknolojileri yoğun şekilde sensör ve diğer ileri teknolojilerin kullanımına dayandığı için, bu teknolojiler zamanla veriyi depolayıp işleyerek kendi güvenlik sistemlerini de yenileyebilmektedirler. Shin (2010) belirttiği üzere güvenlik ve mahremiyetin kullanılan teknolojiyle birlikte risk içermeyecek şekilde şirketler, markalar ya da devlet tarafından garanti altına alınması gerekmektedir. Dolayısıyla bu yönde kullanıcıda gelişecek pozitif bir eğilim, bu teknolojilerin kullanımı noktasında tüketicide herhangi bir belirsizlik ya da korku yaratmayacağından, kullanımdan daha fazla keyif almaları mümkün olacaktır. Hazsal motivasyon birçok çalışmada bilgi sistemleri ve yeni teknolojilerin kabulü noktasında önemli bir açıklayıcı olarak bulunmuştur (Brown ve Venkatesh, 2005; Venkatesh, Thong ve Xu, 2012). Deci ve Ryan (2011) tarafından geliştirilen öz belirleme (self-determination) teorisine göre kişiler içsel olarak girdikleri eylemden keyif alma eğiliminde olmaktadır. Dolayısıyla Nİ teknolojilerinin kullanımının keyif verici ve eğlenceli zaman geçirilmesi noktasında etkili olacağına yönelik inançlar benimseme davranışını da arttıracaktır. Bu noktada tüketicinin herhangi bir korku ya da endişe yaşamadan başka bir deyişle güvenlik ve mahremiyet konularında rahat olması gerektiği de önemli olmaktadır. Dolayısıyla riskten bağımsız olduğunu düşünen tüketiciler Nİ teknolojilerini kullanırken daha çok keyif alacaklardır. İlişkili hipotez ise şu şekildedir:

H5: Güvenlik ve mahremiyet, Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyeti hazsal motivasyon aracılığıyla etkilemektedir.

Çaba Beklentisi, Güven ve Davranışsal Niyet

Çaba beklentisi, tüketicinin Nİ teknolojilerini kullanımlarının çaba gerektirmeyeceğine yönelik inançlarını yansıtmaktadır. Bilgi sistemleri ve çeşitli teknolojilerin kullanımına yönelik gerçekleştirilen birçok çalışmada çaba beklentisinin davranışsal niyet üzerindeki etkisi desteklenmektedir (Macedo, 2017; Alalwan vd., 2017; Ameen, Willis ve Shah, 2018). Teorik olarak tüketicilerin Nİ teknolojilerinin kullanımını kolay olarak algılamaları onların bu teknolojileri benimsemelerini etkileyecektir. Bunun yanında kullanım kolaylığı tüketiciye kontrol sağlayacağı için, başka bir ifadeyle tüketicinin sahip olduğu kontrol inancı aynı zamanda bu teknolojilere olan güveni de arttıracaktır. Bu noktada Ajzen (1991)'e göre bir davranışa ilişkin niyetin oluşmasında kişinin harcanacak çaba noktasındaki istekliliği de önemli olmaktadır. Bu isteklilik temelde kişinin öz yeterliliği (self-efficacy) ile şekillendiğinden, öz yeterlilik hedef aktiviteye yönelik harcanacak çabayı etkilemekte ve dolayısıyla niyet hedef aktivitenin gerçekleşmesine yönelik güvenden etkilenecektir. Bu noktada ilişkili hipotez şu şekilde oluşmaktadır:

H6: Çaba beklentisi gelecekte Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyeti güven aracılığıyla etkilemektedir.

Tasarım ve Yöntem

Mevcut çalışma uygulamalı betimsel bir çalışmadır. Nİ teknolojileri her ne kadar henüz uygulamada yaygın bir biçimde kullanılmıyor olsa da, başta akıllı telefonlar olmak üzere, akıllı saatler ve akıllı gözlükler mevcut durumda Nİ teknolojileri kapsamında değerlendirilebilecek başlıca ürünler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda anakütle herhangi bir akıllı cihaz kullanan kişiler olurken (Aksöz, 2018), kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak Anadolu Üniversitesinin çeşitli fakültelerinden öğrenciler örneklem olarak belirlenmiştir. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılmış olup geçerli anket sayısı 377'dir. Ölçek maddeleri Nİ teknolojilileri çerçevesinde uyarlanarak 5'li Likert tipinde hazırlanmıştır (1= Kesinlikle katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum). BTKKT 2 ölçek maddeleri Venkatesh, Thong ve Xu (2012), Güven maddeleri Gefen, Karahanna ve Straub (2003) ve Güvenlik maddeleri Chong ve Chan, (2012) çalışmalarından uyarlanmıştır. Ayrıca moderatör analizi için kullanılan teknoloji hazır olma indeksi alt boyutlarına ilişkin ölçek maddeleri de Shin ve Lee (2014) çalışmasından uyarlanmıştır.

Veriler 15 Ekim-28 Aralık tarihleri arasında toplanmıştır. Toplanan verilerin analizi ve oluşturulan modelin testi için ise PLS - Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-YEM) tekniği kullanılmıştır. Verilerin analizi için SmartPLS 3.2.8 kullanılmıştır (Ringle vd., 2015). PLS ile yol analizi yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan tekniklerden birisidir. Yapısal eşitlik modellemesi çok sayıda bağımlı ve bağımsız değişkenden oluşan karmaşık modellerin analizi için kullanılmaktadır. Bu noktada yapısal eşitlik modellemesi kovaryans temelli ve PLS (partial least square/en küçük kareler) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. PLS-YEM eş zamanlı olarak ölçüm modeli ve yapısal modeli test edebilmektedir. PLS-YEM araştırmada amacın odak noktası olan olguyu açıklamak olduğu durumlarda kullanılmasının faydalı olacağı ifade edilmektedir (Doğan, 2019). Eğer amaç bir teoriyi desteklemek ya da test etmek ise kovaryans temelli yapısal eşitlik modellemesi kullanılmalıdır. Bu noktada Simanjuntak ve Ramantoko (2016) yeni bir model geliştiriliyorsa ve modelde yer alan ilişkiler karmaşık bir yapıdaysa PLS-YEM kullanımını önermektedirler. Çeşitli alanlarda yapılan çalışmalarda kabul görmüş bir yöntem olan PLS-YEM özellikle yeni teknolojilerin kabulüne yönelik yapılan çalışmalarda da ilgi görmeye başlamıştır (Henseler, Hubona ve Ray, 2015). Bütün bu açıklamalar ışığında bu çalışmada PLS-YEM kullanılmasının sebebi, çalışmanın amacının bir teori doğrulaması olmaktan ziyade Nİ teknolojilerinin benimsenmesinde etkili olan faktörlerin tahmin edilerek davranışsal niyetin açıklanması olmasıdır.

Burada dikkat edileceği üzere DK ve FD değişkenleri inceleme kapsamına alınmamıştır. Bunun nedeni ise Nİ teknolojileri olarak kabul edilebilecek ve tüketicinin deneyimleyebileceği ve dolayısıyla ölçüm yapılmasına imkan verebilecek teknik alt yapı ve yapı ekipmanlarının henüz mevcut olmamasıdır (Xiong ve Mei, 2016).

Bulgular ve Tartışma

PLS ile yapısal eşitlik modellemesi iki aşamadan oluşmaktadır: Ölçüm modelinin değerlendirilmesi ve yapısal modelin değerlendirilmesi. İlk aşamada içsel tutarlık, bileşik geçerlik ve ayrışma (diskriminant) geçerliği ile yapının güvenilirlik ve geçerliği

değerlendirilirken, ikinci aşamada ise yol katsayılarının büyüklüğü ve anlamlılığı incelenerek hipotezler test edilir (Hair vd., 2016). Bu doğrultuda Tablo 2’de yapıyla ilgili güvenilirlik değerleri verilmiştir.

Sonuçlar incelendiğinde Kompozit Güvenirlik/Bileşik Güvenirlik ve Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 eşik değerinden yüksek olduğu görülmektedir (Hair vd., 2016). Ayrıca bileşik geçerlik için bakılması gereken AVE (average variance extracted) değerlerinin de Fornell ve Larcker (1981) önerdiği üzere 0.5 eşik değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla önerilen modelde yer alan yapıların güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 2. Yapı Güvenirliği ve Geçerliliği

	Cronbach's Alpha	Birleşik Güvenirlik	AVE
Alışkanlık	0,838	0,891	0,673
Davranışsal Niyet	0,922	0,945	0,810
Güven	0,893	0,918	0,652
Güvenlik ve Mahremiyet	0,903	0,939	0,837
Hazsal Motivasyon	0,960	0,974	0,927
Performans Beklentisi	0,834	0,888	0,665
Sosyal Etki	0,846	0,905	0,761
Çaba Beklentisi	0,870	0,911	0,720

Bir sonraki adımda her bir değişkenin farklı bir kavramı ölçtüğü anlamına gelen ayrışma (diskriminant) geçerliği sonuçları incelenmelidir. Ayrışma geçerliği için 3 farklı kriterin analizi gerekmektedir: Fornell–Larcker kriteri, çapraz yük değerleri, ve Heterotrait-Monotrait (HTMT). Fornell–Larcker kriterine göre her bir yapı için hesaplanan AVE değerlerinin kareköklerinin diğer yapılarla olan korelasyonlarından yüksek olması gerekmektedir (Henseler, Hubona ve Ray, 2016). Örnek olarak Tablo 3 incelendiğinde AL değişkenine ait AVE değerinin karekökü olan 0,820 değeri, AL’nin diğer değişkenlerle olan korelasyonlarından yüksek olmaktadır. Diğer değişkenler için de benzer durum geçerli olduğundan Fornell–Larcker kriteri sağlanmış olmaktadır.

Tablo 3. Fornell-Larcker Criterion

	AL	DN	GÜ	GVM	HM	PB	SE	ÇB
AL	0,820							
DN	0,678	0,900						
GÜ	0,391	0,421	0,807					
GVM	0,176	0,207	0,707	0,915				
HM	0,627	0,640	0,323	0,152	0,963			
PB	0,674	0,630	0,418	0,215	0,628	0,815		
SE	0,339	0,358	0,262	0,237	0,283	0,377	0,873	
ÇB	0,433	0,523	0,311	0,140	0,458	0,509	0,223	0,849

Çapraz yüklerle ilişkin analiz çapraz tablo analizinde gösterilmektedir (EK 1). Buna göre her bir değişkene ait madde yüklerinin diğer değişkenlerdeki çapraz yüklerden büyük olması gerekmektedir. Tablo 4’de yer alan değerler incelendiğinde bu kriterin de sağlandığı anlaşılmaktadır.

HTMT kriteri modelde yer alan bütün değişkenlerin korelasyonlarının ortalamasının her bir değişkene ait maddelerin korelasyonları ile elde edilen geometrik ortalamalarına oranıdır. 0.85 eşik değer olmak üzere bütün HTMT değerlerinin 0.85in altında olması gerekmektedir. Tablo 4’de HTMT tablosu incelendiğinde GÜ ve GVM arasında her ne kadar eşik değerinin altında olsa da 0.8lik bir ilişki olduğu görülmektedir. Ancak Henseler, Hubona ve Ray (2016) kavramsal olarak iki değişken arasında yakın bir ilişkinin olması durumunda eşik değerini 0,9 olarak kabul edilebileceğini ifade etmektedir. Tablo 5’de HTMT kriterinin de karşılandığı görülmektedir. Bütün kriterlere ait değerlerin sonuçlarına göre yapı geçerliğinin sağlandığı anlaşılmaktadır (Hair vd., 2016).

Tablo 4. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	AL	DN	GÜ	GVM	HM	PB	SE	ÇB
AL								
DN	0,760							
GÜ	0,428	0,441						
GVM	0,200	0,225	0,801					
HM	0,694	0,679	0,326	0,161				
PB	0,783	0,693	0,465	0,249	0,678			
SE	0,397	0,395	0,298	0,268	0,307	0,435		
ÇB	0,498	0,582	0,342	0,155	0,500	0,580	0,253	

Ölçüm modelinin analizi ile güvenilirlik geçerlik sonuçları elde edildikten sonra yapısal modelin test edilmesi gerekmektedir. Ancak yapısal modelin testinden önce doğrusallık probleminin olup olmadığı incelenmelidir. Bu bağlamda her bir tahminleyici değişken ile tahmini yapılan değişkenin birbirlerinden ayrılması gerekir. PLS algoritması sonucu elde edilen sonuçlar içerisinde Inner VIF değerleri bu ayrışmanın gerçekleşip gerçekleşmediğini göstermektedir. EK 2’de verilen değerler incelendiğinde bütün ilişkilere ait değerlerin 5 eşik değerinin altında olduğu görülmektedir (Hair vd., 2016). Dolayısıyla modelin doğrusallık problemi olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5’de uyum iyiliği indeksi (GoF), R^2 ve Q^2 değerleri yer almaktadır. Tenenhaus vd., (2005) GoF değerinin hesaplanabilmesi için R^2 değerlerinin ortalaması ile AVE değerlerinin ortalamasının çarpımı sonucu elde edilen değer karekökünün bulunması şeklinde bir yöntem geliştirmiştir. Buna göre sonuçlar GoF= 0,1 (düşük); GoF= 0,25 (orta); GoF= 0,36 (yüksek) olmak üzere uyum derecelerini göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışmada hesaplanan GoF değeri 0,41 olduğundan araştırma modelinin yüksek uyum derecesinde olduğu ortaya çıkmaktadır.

R^2 değeri bir olgunun ilişkili değerler tarafından ne kadarının açıklanabildiğini göstermektedir. Yine bu noktada Chin (1998) R^2 değer aralıklarını 0,19 (zayıf); 0,33 (orta) ve 0,67 (yüksek) olarak tanımlamaktadır. Çalışmada açıklanmak istenen temel değişken olan DN’ye ait R^2 değeri yaklaşık %60 olarak hesaplanmaktadır. Başka bir deyişle model içerisinde DN’nin %60’ı ilişkili diğer değişkenlerle açıklanabilmektedir. Bu da yüksek bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır.

PLS-YEM’de yapısal modelin analizi için kullanılan diğer bir değer olan Q^2 , modelin tahmin gücü analizi için kullanılmakta ve ulaşılan değer 0’dan büyük olması beklenmektedir. Blindfolding adı verilen işlemin sonucunda ulaşılan bu değer 0’dan ne kadar büyük olursa

modelin tahmin gücü de o kadar iyi anlamına gelmektedir. Söz konusu ana değişken olan DN'ye ait Q^2 değeri 0,45 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda DN açıklanmaya çalışılan temel değişken olduğundan modelin tahmin gücünün yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 5. Uyum İyiliği İndeksi (GoF), R Kare ve Q Kare Değerleri

	AVE	R Kare	Q^2
AL	0,673	0,153	0,094
DN	0,810	0,597	0,450
GÜ	0,652	0,097	0,055
GVM	0,837		
HM	0,927	0,023	0,018
PB	0,665		
SE	0,761		
ÇB	0,720		
Ort.	0,756	0,22	

Çarpım 0,16443

GoF 0,41

Değişkenlerin R^2 'deki etkisini açıklaması açısından önemli olan f^2 etki büyüklüğünün Hair vd., (2016) tarafından önerildiği üzere analizinin yapılması gerekmektedir. f^2 değeri, R^2 'deki varyans artışını ifade etmektedir. Buna göre R^2 üzerinde etkisi olan bir değişkene ait f^2 değeri ilişkili değişkenin modelden çıkarılmasıyla elde edilen R^2 değerinden ilişkili değişken modeldeyken elde edilen R^2 değerinin çıkarılmasıyla elde edilen sonucun, ilişkili değişken modeldeyken elde edilen R^2 değerinin 1'den farkına oranlanmasıyla hesaplanmaktadır. Cohen (1988) f^2 için 0,35 (yüksek); 0,15 (orta) ve 0,02 (düşük) değerlerini ideal değerler olarak önermektedir. Bu çalışmada DN'ye ait R^2 üzerinde en büyük etkiye sahip değilken AL (0,11) olmaktadır (EK 3). Buradan hareketle AL'nin modelden çıkarılması ile DN'ye ait R^2 0,11 kadar azalacaktır. Diğer bütün ikili ilişkiler baz alındığında ise GÜ'nin AL'nin R^2 değeri üzerindeki etkisi (0,18) modeldeki en yüksek etki büyüklüğü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapısal modelin testindeki son aşama ise hipotezlerin incelenmesidir. Bu bağlamda hipotezlerin testi için 5000 örneklem ile bootstrapping (yeniden örnekleme) yöntemi kullanılır ve sonuçlar elde edilen standart hatalara dayanmaktadır (Hair vd., 2016). Standart hata değerleri ile elde edilen t (>1.96) ve p (< 0,05) istatistik değerleri ile de öngörülen ilişkilerin desteklenip desteklenmediği incelenir. Bu çalışmada kurulan hipotezlerin birçoğunun aracılık hipotezi olduğu düşünüldüğünde bazı farklı analizlerin de gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda aracılık hipotezleri Baron ve Kenny (1986) yöntemiyle değerlendirilecektir. Buna göre aracılık ilişkileri incelenirken toplam etkiler, doğrudan etkiler ve dolaylı etkiler

tablolarından yararlanılacaktır. Diğer hipotezler ise doğrudan etkiler tablosunda yer alan değerlere göre incelenecektir. Buradan hareketle H1, H2 ve H3 hipotezleri için direkt etkiler tablosu değerlendirilirken, H4, H5 ve H6 hipotezleri için ise toplam etkiler, doğrudan etkiler ve dolaylı etkiler tabloları değerlendirilmektedir.

Tablo 6'da doğrudan etkiler yer almaktadır. Tabloda yer alan değerler incelendiğinde HM->DN ($\beta= 0,243$; $p= 0,00^{***}$), PB-> ($\beta= 0,104$; $p= 0,05^*$) ve SE->DN ($\beta= 0,082$; $p= 0,05^*$) yollarının desteklendiği görülmektedir. Buradan hareketle H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmektedir.

Tablo 6. Doğrudan Etkiler (Yol Katsayıları)

	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Stndart Hata	T İstatistik	P Değerleri
AL -> DN	0,309	0,309	0,052	5,972	0,000
GÜ -> AL	0,391	0,394	0,054	7,228	0,000
GÜ -> DN	0,137	0,137	0,052	2,617	0,009
GVM -> DN	-0,046	-0,047	0,053	0,880	0,379
GVM -> HM	0,152	0,154	0,058	2,612	0,009
HM -> DN	0,243	0,243	0,057	4,271	0,000
PB -> DN	0,104	0,105	0,052	2,011	0,044
SE -> DN	0,082	0,082	0,032	2,555	0,011
ÇB -> DN	0,171	0,169	0,049	3,463	0,001
ÇB -> GÜ	0,311	0,313	0,055	5,654	0,000

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Toplam etki aracı değişkenin ilişkiye dâhil edilmediği durumda açıklayıcı değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ifade etmektedir (Doğan, 2019). Dolaylı etki ise bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinden bağımlı değişkene olan etkisini göstermektedir. Son olarak doğrudan etki toplam etkiden dolaylı etkinin çıkarılmasıyla bulunur. Aracılık hipotezlerinde bu üç ilişkiye ait değerlerin anlamlı olması gerekmektedir. 3 etkinin anlamlı olması durumunda aracı değişkenin kısmi aracılık etkisinden söz edilmektedir. Ancak toplam etkiler ve spesifik etkiler anlamlı iken doğrudan etkiler anlamsız çıkarsa, bu noktada aracı değişkenin tam aracılığından bahsedilmektedir. Çünkü aracı değişken olmadan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkisi olmamaktadır. Bütün bu anlatılanlar ışığında H5, H6 ve H7 hipotezleri için GÜ->AL, AL->DN ve GÜ->AL->DN; ÇB -> GÜ, GÜ->DN ve - ÇB -> GÜ ->DN; GVM -> HM, HM->DN ve GVM -> HM -> DN ilişkileri incelenmelidir. Öncelikle Tablo 6 dikkate alındığında GÜ->AL ($\beta= 0,391$; $p= 0,00^{***}$), AL->DN ($\beta= 0,309$; $p= 0,00^{***}$), ÇB -> GÜ ($\beta= 0,311$; $p= 0,00^{***}$), GÜ->DN ($\beta= 0,137$; $p= 0,01^{**}$), GVM -> HM ($\beta= 0,152$; $p= 0,01^{**}$) ve HM-> DN ($\beta= 0,243$; $p= 0,00^{***}$) ilişkilerinin desteklendiği görülmektedir. Burada DN üzerinde en büyük etki AL değişkenine ait olmaktadır. HM değişkeni de bir diğer önemli açıklayıcı olmaktadır. Diğer ilişkiler incelendiğinde ise en büyük etki GÜ'nin AL üzerindeki

etkisinde görülmektedir. Tablo 7’de toplam etkilere bakılacak olursa GVM -> DN ($\beta = -0,009$; $p = 0,867$) ilişkisi dışında yer alan diğer bütün ilişkilerin desteklendiği görülmektedir. Bu noktada GVM -> HM -> DN yolu düşünüldüğünde GVM’nin spesifik dolaylı etkiler tablosunda (Tablo 11) DN üzerindeki etkisinin ($\beta = 0,037$, $p = 0,026^*$) anlamlı olmasından dolayı HM’nin GVM ile DN arasındaki ilişkide tam aracılık etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü GVM ile DN arasındaki ilişkide HM’nin olmadığı durumda yani Tablo 7’de gösterildiği gibi GVM’nin etkisi desteklenmemektedir. Dolayısıyla H5 hipotezi desteklenmektedir ve tam aracılıktan söz edilmektedir. Tablo 8’de H4 ve H6 hipotezlerinin de desteklendiği görülmektedir. Bir başka deyişle AL, GÜ ve DN arasında ($\beta = 0,121$, $p = 0,00^{***}$) ve GÜ, ÇB ile DN arasında ($\beta = 0,042$, $p = 0,019^*$) kısmi aracılık ilişkisi vardır. Aracılık hipotezlerinin yorumlaması işe şu şekilde yapılabilmektedir:

H4: GÜ ile DN arasındaki ilişkide AL’de gerçekleşecek 1 birimlik artış GÜ’nün DN üzerindeki etkisini 0,121 arttıracaktır.

H5: GVM ile DN arasındaki ilişkide HM’de gerçekleşecek 1 birimlik artış GVM’nin DN üzerindeki etkisini 0,037 arttıracaktır.

H6: ÇB ile DN arasındaki ilişkide GÜ’de gerçekleşecek 1 birimlik artış ÇB’nin DN üzerindeki etkisini 0,042 arttıracaktır.

Tablo 7. Toplam Etkiler

	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Hata	T İstatistik	P Değerleri
AL -> AL	0,309	0,309	0,052	5,972	0,000
GÜ -> AL	0,391	0,394	0,054	7,228	0,000
GÜ -> DN	0,257	0,259	0,054	4,727	0,000
GVM -> DN	-0,009	-0,010	0,056	0,168	0,867
GVM -> HM	0,152	0,154	0,058	2,612	0,009
HM -> DN	0,243	0,243	0,057	4,271	0,000
PB -> DN	0,104	0,105	0,052	2,011	0,044
SE -> DN	0,082	0,082	0,032	2,555	0,011
ÇB -> AL	0,122	0,124	0,031	3,935	0,000
ÇB -> DN	0,304	0,304	0,054	5,638	0,000
ÇB -> GÜ	0,311	0,313	0,055	5,654	0,000

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tablo 8. Spesifik Dolaylı Etkiler

	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Hata	T İstatistik	P Değerleri
ÇB -> GÜ -> AL	0,122	0,124	0,031	3,935	0,000
GÜ -> AL -> DN	0,121	0,122	0,027	4,546	0,000
ÇB -> GÜ -> AL -> DN	0,038	0,038	0,011	3,270	0,001
ÇB -> GÜ -> DN	0,042	0,043	0,018	2,353	0,019
GVM -> HM -> DN	0,037	0,037	0,017	2,233	0,026

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Son olarak bu çalışmada çoklu grup analizi (Multi Group Analysis-MGA) uygulanmıştır. SmartPLS paket programında yer alan Multi Group Analysis-MGA işlemi ile çoklu grup analizi kolaylıkla gerçekleştirilebilmekte ve tanımlı ilişkiler üzerinde hangi faktörlerin moderatör etkisinin olduğu incelenebilmektedir. Bu çalışma kapsamında Teknoloji Hazır Olma İndeksi'nin modelde yer alan ilişkiler üzerinde moderatör etkisinin olup olmadığına bakılmıştır. Öncelikle SPSS paket programından faydalanarak K-Means Cluster analizi yapılarak örneklem teknolojiye hazır olanlar (Grup 1) ve teknolojiye hazır olmayanlar (Grup 2) olarak iki gruba ayrılmıştır. Yol katsayılarının (β) geçerliğinin analizi için bootstrapping yöntemi ile elde edilen t ve p istatistik değerleri her bir grup için kıyaslanmıştır (Tablo 9 ve Tablo 10). Buna göre GÜ->DN, HM->DN, PB->DN, SE->DN ve ÇB->DN yolları iki grup arasında farklılık göstermektedir. Ancak bir sonraki adımda farklılıkların anlamlı olup olmadığına bakılmalıdır. Dolayısıyla son olarak Tablo 11'de görüldüğü üzere gruplar arasındaki farklılıkların anlamlı olup olmadığı parametrik test sonuçlarına göre incelenebilmektedir.

Tablo 9. Teknolojiye Hazır Olma Seviyesi Yüksek Olanlar (Grup 1)

	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Hata	T İstatistik	P Değerleri
Alışkanlık -> Davranışsal Niyet	0,321	0,321	0,062	5,193	0,000
Güven -> Alışkanlık	0,348	0,356	0,075	4,658	0,000
Güven -> Davranışsal Niyet	0,155	0,158	0,078	1,995	0,046
Güvenlik ve Mahremiyet -> Davranışsal Niyet	0,017	0,010	0,081	0,214	0,831
Güvenlik ve Mahremiyet -> Hazsal Motivasyon	0,146	0,149	0,079	1,850	0,064
Hazsal Motivasyon -> Davranışsal Niyet	0,313	0,311	0,067	4,682	0,000
Performans Beklentisi -> Davranışsal Niyet	0,009	0,012	0,070	0,129	0,897
Sosyal Etki -> Davranışsal Niyet	0,097	0,100	0,046	2,132	0,033
Çaba Beklentisi -> Davranışsal Niyet	0,065	0,064	0,060	1,097	0,273
Çaba Beklentisi -> Güven	0,318	0,322	0,066	4,796	0,000
Çaba Beklentisi -> Performans Beklentisi	0,416	0,420	0,062	6,686	0,000

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tablo 10. Teknolojiye Hazır Olma Seviyesi Düşük Olanlar (Grup 2)

	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Hata	T İstatistik	P Değerleri
Alışkanlık -> Davranışsal Niyet	0,235	0,236	0,082	2,860	0,004
Güven -> Alışkanlık	0,438	0,447	0,073	5,983	0,000
Güven -> Davranışsal Niyet	0,124	0,119	0,067	1,841	0,066
Güvenlik ve Mahremiyet -> Davranışsal Niyet	-0,099	-0,092	0,076	1,310	0,190
Güvenlik ve Mahremiyet -> Hazsal Motivasyon	0,159	0,167	0,100	1,594	0,111
Hazsal Motivasyon -> Davranışsal Niyet	0,088	0,090	0,088	1,002	0,317
Performans Beklentisi -> Davranışsal Niyet	0,255	0,259	0,086	2,957	0,003
Sosyal Etki -> Davranışsal Niyet	0,075	0,072	0,050	1,503	0,133
Çaba Beklentisi -> Davranışsal Niyet	0,322	0,318	0,073	4,427	0,000
Çaba Beklentisi -> Güven	0,268	0,279	0,100	2,681	0,007
Çaba Beklentisi -> Performans Beklentisi	0,533	0,536	0,076	7,054	0,000

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Buna göre HM ile DN ($\beta = 0,225$, $p = 0,05^*$), PB ile DN ($\beta = 0,246$, $p = 0,05^*$) ve ÇB ile DN ($\beta = 0,256$, $p = 0,05^*$) arasındaki ilişkiler iki grup arasında farklılık gösterirken bu farklılıklar anlamlıdır (Tablo 14). Dolayısıyla teknolojiye hazır olanlar ile hazır olmayanlar arasında HM, PB ve ÇB'ye yönelik beklentiler tüketicilerin davranışsal niyeti üzerinde farklılık göstermektedir. Bu anlamlı farklılığın hangi gruba yönelik gerçekleştiği ise yine Tablo 9 ve 10'da görülebilmektedir. HM ile DN arasındaki ilişki grup 1'e göre, PB ve ÇB'nin DN ile ilişkisi ise grup 2'ye göre anlamlı olmaktadır. Başka bir ifade ile teknolojiye hazır olanlar için HM daha önemli bir kriter olurken, teknolojiye hazır olmayanlar için ise PB ve ÇB gibi kriterler daha önemli olmaktadır.

Tablo 11. Parametrik Test Sonuçları

	Yol Katsayıları-Fark (THİTHİ(1.0) - THİTHİ(2.0))	t-Value(THİTHİ(1.0) vs THİTHİ(2.0))	p-Value(THİTHİ(1.0) vs THİTHİ(2.0))
Alışkanlık -> Davranışsal Niyet	0,086	0,793	0,428
Güven -> Alışkanlık	0,090	0,791	0,430
Güven -> Davranışsal Niyet	0,032	0,267	0,790
Güvenlik ve Mahremiyet -> Davranışsal Niyet	0,117	0,932	0,352
Güvenlik ve Mahremiyet -> Hazsal Motivasyon	0,013	0,099	0,921
Hazsal Motivasyon -> Davranışsal Niyet	0,225	1,967	0,050
Performans Beklentisi -> Davranışsal Niyet	0,246	2,138	0,033
Sosyal Etki -> Davranışsal Niyet	0,022	0,298	0,766
Çaba Beklentisi -> Davranışsal Niyet	0,256	2,483	0,013
Çaba Beklentisi -> Güven	0,050	0,428	0,669
Çaba Beklentisi -> Performans Beklentisi	0,117	1,104	0,270

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Sonuç

Bu çalışmanın amacı gelecekte Nİ teknolojilerinin tüketiciler tarafından kabulüne yönelik olarak davranışsal niyetin belirlenmesidir. Çalışmada BTKKT 2 temel model kabul edilerek, Nİ teknolojilerinin kabulünde önemli rol oynayacağı düşünülen güven ile güvenlik ve mahremiyet değişkenleri ilgili modele eklenmiştir. Bu yönüyle Nİ teknolojilerine yönelik literatürde gerçekleştirilen çalışmaların yoğun şekilde TKM modeline dayalı bütünleşik modeller üzerinden tüketicilerin davranışsal niyetlerinin açıklandığı gözlemlenmektedir. Ancak çeşitli alanlarda TKM modeli kullanılarak gerçekleştirilen çalışmaların tutarlı olmayan ya da karmaşık sonuçlar vermesinden dolayı (Sumak ve Sorgo, 2016), tüketici konseptini daha kapsamlı inceleyecek modellere ihtiyaç duyulmuştur. Bu bağlamda tüketici boyutu dikkate alındığında BTKKT 2 en kapsamlı model olmakta ve Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik çalışmalarda kendisine yer bulmalıdır. İşte bu noktada gerçekleştirilen bu çalışma literatürde bahsedilen boşluğu doldurmaya yönelik olarak BTKKT 2 ile bütünleşik bir model önerisi ve analizi şeklinde tasarlanmış olup literatüre katkı sağlamaktadır. Bir diğer katkı ise teknoloji hazır olma indeksinin moderatör etkisinin incelenmesidir. Yapılan literatür taraması dahilinde BTKKT 2 modeli çerçevesinde teknoloji hazır olma indeksinin moderatör etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmazken, en yakın çalışma olarak Tsourela ve Roumeliotis, (2015) gerçekleştirdikleri ve BTKKT 1 modeli dahilinde teknoloji hazır olma indeksinin moderatör etkisini inceledikleri çalışma örnek olarak verilebilir. Dolayısıyla bu araştırma, BTKKT 2 çerçevesinde teknoloji hazır olma indeksinin moderatör etkisini inceleyen ilk çalışma olmaktadır. Ayrıca bulgular neticesinde de birçok özgün sonuca ulaşıldığı ve bu bağlamda literatüre değerli katkıların yapıldığı savunulmaktadır.

Tüketicilerin gelecekte Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik davranışsal niyetin incelenmesinde BTKKT 2 değişkenlerinin yanında güven ile güvenlik ve mahremiyetin uyumlu bir şekilde çalıştığı davranışsal niyete ait R^2 değeri (0,6) ile anlaşılmaktadır. Ancak araştırma bulgularına göre GVM'nin DN'e ait R^2 üzerindeki etkisi 0 olmaktadır (Ek 2). Ayrıca GVM davranışsal niyet üzerindeki doğrudan etkisi de anlamsız olmaktadır. Bunun önemli bir nedeni tüketicilerin henüz Nİ teknolojilerine yönelik olarak yeteri kadar bilinçli olmayışı gösterilebilir. Ancak yine bu noktada yapılan alanyazın neticesinde ilk kez GVM'nin HM aracılığıyla DN üzerinde pozitif etkisinin olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle tüketiciler geçmiş teknolojilere yönelik geliştirdikleri ve içselleştirdikleri deneyimler sonucu, gelecekte Nİ teknolojilerinin kullanımı ile keyif ve haz alacaklarına inanmakta ve bu da onların Nİ teknolojilerine karşı güvenlik ve mahremiyet konularındaki korkularını azaltmaktadır. Bu noktada araştırma bulguları göstermektedir ki, HM, GVM ile DN arasında tam aracılık etkisine sahiptir.

Bir diğer önemli sonuç ise tüketicilerin Nİ teknolojilere bağımlı hale geleceklerine yönelik inançlarının, GÜ'nin DN üzerindeki etkisini arttırmasıdır. Doğrudan etkilerden hatırlanacak olduğu üzere hem GÜ hem de AL, DN üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olmaktadır. Bu noktada AL'ın GÜ ile DN arasındaki ilişkide kısmi aracılık etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Tüketicilerin Nİ teknolojilerine karşı mevcut güvenleri, onların bu teknolojilerin kullanımına yönelik olarak alışkanlık kazanacakları inancıyla güçlenmektedir. Morrison ve Firmstone (2000)'e göre güven gerçekleştirilen eylemler sonucunda alışkanlığa dönüşebilmektedir. Ayrıca alışkanlık tüketicinin geçmiş deneyimleri sonucunda geliştiği için (Limayem, Hirt ve Cheung, 2007), güvenin de bu anlamda bahsedilen deneyimlerin içerisinde geliştiği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla tüketicilerin mevcut akıllı sistemlerin kullanımına yönelik olarak, bu sistemlerin kendilerini yarı yolda bırakmayacağı ve vaat ettiklerini kontrol edilemeseler bile yerine getirebileceklerine yönelik inançları gelişmiş olmaktadır. Bu nedenle bahsedilen inançların gelecekte Nİ teknolojilerinin kullanımı noktasında tüketicilerin bu teknolojilerin kullanımına alışkanlık kazanacakları inançlarını etkilemektedir.

Çaba beklentisi BTKKT 1 ve 2'de davranışsal niyeti açıklayan önemli değişkenlerden birisi olmaktadır. Araştırma bulgularına göre tüketici Nİ teknolojilerinin kullanımı noktasında herhangi bir zorluk yaşamayacağını düşünmektedir. Bu da tüketicilerin kendilerine olan güvenini ve mevcut deneyimleri bağlamında akıllı sistemleri kullanmada problem yaşamadıkları anlamına gelmektedir. Bunun yanında araştırma bulgularına göre GÜ, ÇB ile DN arasındaki ilişkiye kısmi aracılık etmektedir. Tüketicinin sahip olduğu kontrol inancı neticesinde Nİ teknolojilerinin kullanımına yönelik geliştirdikleri kolaylık inancı onların bu teknolojilere olan güvenlerini de arttırmaktadır. Bu güvenin oluşumunda tüketicinin sahip olduğu öz yeterlilik de etkili olmaktadır. Öz yeterliliği yüksek olan tüketicilerin, Nİ teknolojilerini kullanmaya yönelik isteklilikleri de yüksek olduğundan, kullanıma yönelik niyetin oluşumunda güvenin de etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Bu güven neticesinde kontrol edilemeseler bile tüketici, Nİ teknolojilerinin vaat ettiği aktiviteleri yerine getireceğine inanmakta ve bu da onların bu teknolojilerin kullanımının daha kolay olacağı inancını geliştirmektedir.

Katkı düzeylerine göre sıralandığında AL, HM, ÇB, GÜ, PB ve SE değişkenlerinin DN üzerinde pozitif ve anlamlı katkılarının olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar bize gelecekte Nİ teknolojilerinin kabulü ve kullanımı noktasında tüketicilerin deneyim, eğlence ve keyif alma, iş performanslarının artması, kullanım kolaylığı ve az da olsa çevrelerindeki insanlardan etkileneceklerine işaret etmektedir. Mevcut çalışma Nİ fenomeni çerçevesinde BTKKT 2 değişkenlerini GÜ ve GVM değişkenleriyle birleştirerek özgün bir model ortaya koymuştur. Bu doğrultuda GÜ'nin Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik önemli değişkenlerden birisi olduğu anlaşılmaktadır (Lu, Papagiannidis ve Alamanos, 2018). Ayrıca AL bütün değişkenler içerisinde en önemli etkiye sahip değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar Nİ teknolojileri kapsamında araştırmacıların bilgisi dahilinde bu model ilk kez test edilmiş olsa da AL'nin teknoloji kabul niyetinin belirlenmesinde kritik bir faktör olarak öne çıkması noktasında genel görüş desteklenmektedir (Kim ve Malhotra, 2005; Limayem, Hirt ve Cheung, 2007; Babtista ve Oliveria, 2015).

Son olarak bu çalışmada Teknoloji Hazır Olma İndeksinin (THİ) belirlenen ilişkiler üzerindeki moderatör etkisi incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre PB, ÇB ve HM ile DN arasındaki doğrudan ilişkiler üzerinde THİ'nin moderatör etkisi saptanmıştır. HM ile DN arasındaki ilişki teknolojiye hazır olan gruba göre (grup 1) anlamlı olurken, PB ve ÇB ile DN arasındaki ilişki ise teknolojiye hazır olmayan gruba göre (grup 2) anlamlı olmaktadır. Buradan çıkarılacak sonuç teknolojiye hazır olma seviyesi arttıkça tüketicilerin beklentilerinin toplam fayda ya da harcanacak çabaya göre beklenen haz ve eğlenceye yönelik olduğudur. Teknolojiye hazır olma seviyesi yüksek olan tüketicilerin kullanıma yönelik korku ve endişeleri daha az olduğundan yeni bir teknolojiyle etkileşime girdiklerinde elde ettikleri haz daha fazla olmaktadır. Öte yandan teknolojiye hazır olma seviyesi düştükçe Nİ teknolojilerine yönelik kontrol inancının arttığı görülmektedir. Çünkü bu tüketiciler yeni teknolojilere karşı daha çekimser ve endişe duymaktadırlar. Bundan dolayı teknolojiye hazır olma seviyesi az olan tüketiciler için bekledikleri toplam fayda ve kullanım kolaylığına yönelik inançları daha öncelikli olmaktadır. Mevcut çalışmanın en önemli kısıtı Nİ teknolojilerinin akıllı telefonlar, bazı giyilebilir akıllı cihazlar ve sağlık sektörü gibi (Aksöz, 2016; Yıldırım ve Eldin, 2018) çeşitli uygulamalar dışında, genel sistem anlamında mevcut bir şekilde hayatlarımızda yer almamasıdır. Bu noktada genel modeldeki DK ve FD değişkenlerinin incelemeye alınmaması uygun görülmüştür. Bu bağlamda sistemin ilerlemesi ve ilgili ürünlerin pazara girmesi ile ek değişkenlerin modele eklenerek Nİ teknolojilerinin benimsenmesi ve kabulüne yönelik çalışmalar yapılabilecektir.

Elde edilen bulgular ışığında gelecekte Nİ teknolojilerinin kabulüne yönelik yapılacak çalışmalarda GÜ'nin hangi boyutlarda DN üzerinde etkisinin olduğu incelenebilir. GVM genel sistem güvenliği ve mahremiyet risklerini içerirken, Nİ teknolojilerine karşı tüketicide oluşan GÜ'nin bu risklerden etkilenip etkilenmediği ayrıca bir araştırma konusu olabilir. Benzer şekilde GÜ'nin oluşumunda diğer kabul değişkenlerinin etkisinin olup olmadığı da incelenebilir.

Çalışmanın amacı ışığında sonuçlar dikkate alındığında tüketiciler Nİ teknolojilerinden günlük yaşam kalitesini arttırmasını, fonksiyonel faydanın yanında eğlenceli ve keyif verici içerikler

sunmasını ve belki de sosyal ortamlarda kabul görmelerine yardımcı olması gibi beklentiler içerisindedirler. Nİ'ye ilişkin pazarlama faaliyetlerinde, Nİ teknolojilerinin benimsenmesinde ön plana çıkan bu unsurların göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. *The Handbook of Attitudes*, 173(221), 31.
- Aksöz, M. (2016). *Examining the adoption of intention of internet of things in healthcare technology products with innovation diffusion theory and technology acceptance model*. Unpublished Master Thesis. Istanbul: Bahçeşehir University, Graduate School of Natural and Applied Sciences.
- Alaba, F. A., Othman, M., Hashem, I. A. T., & Alotaibi, F. (2017). Internet of Things security: A survey. *Journal of Network and Computer Applications*, 88, 10-28.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Aldossari, M. Q., & Sidorova, A. (2018). Consumer Acceptance of Internet of Things (IoT): Smart Home Context. *Journal of Computer Information Systems*, 1-11.
- AlHogail, A. (2018). Improving IoT Technology Adoption through Improving Consumer Trust. *Technologies*, 6(3), 64.
- AlHogail, A., & AlShahrani, M. (2018, July). Building consumer trust to improve Internet of Things (IoT) technology adoption. In *International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics* (pp. 325-334). Springer, Cham.
- Ameen, N., Willis, R., & Shah, M. H. (2018). An examination of the gender gap in smartphone adoption and use in Arab countries: A cross-national study. *Computers in Human Behavior*, 89, 148-162.
- Ammar, M., Russello, G., & Crispo, B. (2018). Internet of Things: A survey on the security of IoT frameworks. *Journal of Information Security and Applications*, 38, 8-27.
- Attie, E., & Meyer-Waarden, L. (2016). The Impacts of Social Value, Cognitive Factors and Well-Being on the Use of the Internet of Things and Smart Connected Objects.
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418-430.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Baudier, P., Ammi, C., & Deboeuf-Rouchon, M. (2018). Smart home: Highly-educated students' acceptance. *Technological Forecasting and Social Change*.

- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2012). Integrating trust and personal values into the Technology Acceptance Model: The case of e-government services adoption. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(4), 192-204.
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS quarterly*, 29(3).
- Liébana-Cabanillas, F., Marinković, V., & Kalinić, Z. (2017). A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*, 37(2), 14-24.
- Cisco. (2013). *Embracing the Internet of Everything*. White Paper.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336.
- Chipeva, P., Cruz-Jesus, F., Oliveira, T., & Irani, Z. (2018). Digital divide at individual level: Evidence for Eastern and Western European countries. *Government Information Quarterly*, 35(3), 460-479.
- Chong, A. Y. L., & Chan, F. T. (2012). Structural equation modeling for multi-stage analysis on Radio Frequency Identification (RFID) diffusion in the health care industry. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8645-8654.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd). New Jersey: Laurence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale.
- Coughlan, T., Brown, M., Mortier, R., Houghton, R. J., Goulden, M., & Lawson, G. (2012, November). Exploring Acceptance and Consequences of the Internet of Things in the Home. In *2012 IEEE International Conference on Green Computing and Communications* (pp. 148-155). IEEE.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19(2), 109-134.
- Doğan, D. (2019). *SmartPLS ile Veri Analizi*. (2. Baskı). Ankara: Zet.
- Elliott, K., Meng, G., & Hall, M. (2012). The influence of technology readiness on the evaluation of self-service technology attributes and resulting attitude toward technology usage. *Services Marketing Quarterly*, 33(4), 311-329.
- El-Masri, M., & Tarhini, A. (2017). Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Educational Technology Research and Development*, 65(3), 743-763.
- Falcone, R., & Sapienza, A. (2018). On the Users' Acceptance of IoT Systems: A Theoretical Approach. *Information*, 9(3), 53.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gao, L., & Bai, X. (2014). A unified perspective on the factors influencing consumer acceptance of internet of things technology. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(2), 211-231.

- Gao, Y., Li, H., & Luo, Y. (2015). An empirical study of wearable technology acceptance in healthcare. *Industrial Management & Data Systems*, 115(9), 1704-1723.
- Fernandez-Gago, C., Moyano, F., & Lopez, J. (2017). Modelling trust dynamics in the Internet of Things. *Information Sciences*, 396, 72-82.
- Gartner. (2013). *Forecast: The internet of things, worldwide*. Retrieved from <http://www.gartner.com/newsroom/id/2636073>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Gong, W. (2016). *The Internet of Things (IoT): What is the potential of the internet of things (IoT) as a marketing tool?* (Bachelor's thesis, University of Twente).
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. CA: Sage.
- Herrero, Á., & San Martín, H. (2017). Explaining the adoption of social networks sites for sharing user-generated content: A revision of the UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 71, 209-217.
- Ramón-Jerónimo, M. A., Peral-Peral, B., & Arenas-Gaitan, J. (2013). Elderly persons and Internet use. *Social Science Computer Review*, 31(4), 389-403.
- Kaushik, A. K., Agrawal, A. K., & Rahman, Z. (2015). Tourist behaviour towards self-service hotel technology adoption: Trust and subjective norm as key antecedents. *Tourism Management Perspectives*, 16, 278-289.
- Khan, W. Z., Aalsalem, M. Y., Khan, M. K., & Arshad, Q. (2016). Enabling consumer trust upon acceptance of IoT technologies through security and privacy model. In *Advanced multimedia and ubiquitous engineering* (pp. 111-117). Springer, Singapore.
- Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2005). A longitudinal model of continued IS use: An integrative view of four mechanisms underlying postadoption phenomena. *Management Science*, 51(5), 741-755.
- Kuo, K. M., Liu, C. F., & Ma, C. C. (2013). An investigation of the effect of nurses' technology readiness on the acceptance of mobile electronic medical record systems. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 13(1), 88.
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H. G., Feld, T., & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6(4), 239-242.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly*, 31(4).
- Lu, Y., Papagiannidis, S., & Alamanos, E. (2018). Internet of Things: A systematic review of the business literature from the user and organisational perspectives. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 285-297.
- Mardjo, A. Exploring Facebook users' willingness to accept f-commerce using the integrated unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUT2), trust and risk under the moderating role of age and gender.

- Macedo, I. M. (2017). Predicting the acceptance and use of information and communication technology by older adults: An empirical examination of the revised UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 75, 935-948.
- Mohammadzadeh, A. K., Ghafoori, S., Mohammadian, A., Mohammadkazemi, R., Mahbanooei, B., & Ghasemi, R. (2018). A Fuzzy Analytic Network Process (FANP) approach for prioritizing internet of things challenges in Iran. *Technology in Society*, 53, 124-134.
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17-29.
- Morrison, D. E., & Firmstone, J. (2000). The social function of trust and implications for e-commerce. *International Journal of Advertising*, 19(5), 599-623.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124(1), 54.
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI) a multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307-320.
- Perera, C., Zaslavsky, A., Christen, P., & Georgakopoulos, D. (2013). Context aware computing for the internet of things: A survey. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 16(1), 414-454.
- Rahman, S. A., Taghizadeh, S. K., Ramayah, T., & Alam, M. M. D. (2017). Technology acceptance among micro-entrepreneurs in marginalized social strata: The case of social innovation in Bangladesh. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 236-245.
- Ringle, C.M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt:SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- Sicari, S., Rizzardi, A., Grieco, L. A., & Coen-Porisini, A. (2015). Security, privacy and trust in Internet of Things: The road ahead. *Computer Networks*, 76, 146-164.
- Shin, D. H. (2010). The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 22(5), 428-438.
- Shin, S., & Lee, W. J. (2014). The effects of technology readiness and technology acceptance on NFC mobile payment services in Korea. *Journal of Applied Business Research*, 30(6), 1615.
- Silva, B. N., Khan, M., & Han, K. (2018). Internet of things: A comprehensive review of enabling technologies, architecture, and challenges. *IETE Technical Review*, 35(2), 205-220.
- Simanjuntak, R. J., & Ramantoko, G. (2016, January). Factors Affecting Purchase Intention of Consumers To Smartphone Samsung Galaxy Post Use Of Previous Smartphone. In *International Conference on Transformation in Communication (ICOTIC)*.
- Šumak, B., & Šorgo, A. (2016). The acceptance and use of interactive whiteboards among teachers: Differences in UTAUT determinants between pre-and post-adopters. *Computers in Human Behavior*, 64, 602-620.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Verkijika, S. F. (2018). Factors influencing the adoption of mobile commerce applications in Cameroon. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1665-1674.
- Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee-Loong Chong, A., Ooi, K. B., & Arumugam, S. (2009). What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 109(3), 370-388.
- Wong, C. H., Wei-Han Tan, G., Loke, S. P., & Ooi, K. B. (2014). Mobile TV: a new form of entertainment?. *Industrial Management & Data Systems*, 114(7), 1050-1067.
- Wu, L.H., Wu, L.C. and Chang, S.C. (2016) 'Exploring consumers' intention to accept smartwatch', *Computers in Human Behaviour*, 64(November), 383-392.
- XIONG, X., & MEI, Q. (2016). Study on the Factors Influencing User's Acceptance Intention for Smart Medical and Health Care Equipment Based on UTAUT2. *DEStech Transactions on Economics, Business and Management*, (apme).
- Yildirim, H., & Ali-Eldin, A. M. (2018). A model for predicting user intention to use wearable IoT devices at the workplace. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*.

EKLER

Ek 1. Çapraz Tablo Değerleri

	AL	DN	GÜ	GVM	HM	PB	SE	ÇB
AL1	0,853	0,611	0,317	0,124	0,658	0,636	0,310	0,452
AL2	0,772	0,406	0,298	0,164	0,471	0,517	0,229	0,295
AL3	0,772	0,543	0,290	0,117	0,389	0,473	0,295	0,239
AL4	0,878	0,629	0,372	0,175	0,523	0,577	0,272	0,409
DN1	0,600	0,916	0,406	0,201	0,607	0,600	0,334	0,493
DN2	0,577	0,873	0,368	0,199	0,547	0,524	0,354	0,417
DN3	0,631	0,928	0,409	0,222	0,588	0,585	0,323	0,491
DN4	0,633	0,882	0,333	0,124	0,561	0,555	0,277	0,478
GV1	0,201	0,213	0,644	0,888	0,145	0,247	0,206	0,157
GV2	0,129	0,168	0,638	0,941	0,142	0,171	0,233	0,093
GV3	0,145	0,182	0,655	0,914	0,128	0,163	0,214	0,127
GÜ1	0,258	0,291	0,864	0,678	0,223	0,306	0,218	0,264
GÜ2	0,318	0,354	0,882	0,668	0,273	0,344	0,266	0,251
GÜ3	0,272	0,281	0,835	0,655	0,182	0,260	0,261	0,244
GÜ4	0,223	0,233	0,793	0,648	0,155	0,296	0,233	0,178
GÜ5	0,297	0,322	0,745	0,465	0,254	0,306	0,139	0,236
GÜ6	0,432	0,457	0,710	0,376	0,379	0,435	0,165	0,287
HM1	0,605	0,598	0,286	0,093	0,966	0,610	0,250	0,447
HM2	0,608	0,636	0,328	0,154	0,971	0,615	0,277	0,465
HM3	0,596	0,613	0,316	0,188	0,951	0,588	0,287	0,411
PB1	0,654	0,656	0,356	0,156	0,646	0,826	0,337	0,519
PB2	0,508	0,444	0,341	0,200	0,443	0,830	0,319	0,372
PB3	0,563	0,490	0,326	0,128	0,501	0,847	0,293	0,362
PB4	0,422	0,397	0,337	0,235	0,394	0,756	0,268	0,364
SE1	0,262	0,237	0,195	0,203	0,215	0,278	0,808	0,154

Ek 1. (Devam) Çapraz Tablo Değerleri

SE2	0,295	0,308	0,192	0,150	0,218	0,305	0,910	0,167
SE3	0,322	0,368	0,285	0,260	0,295	0,386	0,896	0,248
ÇB1	0,329	0,408	0,287	0,143	0,370	0,422	0,144	0,848
ÇB2	0,339	0,427	0,310	0,201	0,375	0,438	0,197	0,808
ÇB3	0,409	0,494	0,240	0,072	0,436	0,457	0,193	0,901
ÇB4	0,390	0,443	0,218	0,058	0,372	0,408	0,224	0,835

Ek 2. Inner VIF Değerleri

	AL	DN	GÜ	GVM	HM	PB	SE	ÇB
AL		2,185						
DN								
GÜ	1,000	2,464						
GVM		2,095			1,000			
HM		1,944						
PB		2,383						
SE		1,220						
ÇB		1,438	1,000			1,000		

Ek 3. f kare değerleri

	AL	DN	GÜ	GVM	HM	PB	SE	ÇB
AL		0,11						
DN								
GÜ	0,18	0,02						
GVM		0,00			0,02			
HM		0,08						
PB		0,02						
SE		0,01						
ÇB		0,05	0,11					



Gastronomi Turistlerinin Motivasyon Faktörlerinin İncelenmesi

Investigation of Motivation Factors of Gastronomy Tourists

Prof. Dr. Kenan Güllü¹ – Arş. Gör. Burak Atasoy²

Başvuru Tarihi: 07.10.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

Turist davranışlarını anlamak dolayısıyla hangi gerekçeler doğrultusunda turistlerin seyahat ve tatil yeri tercihinde bulunduğunu bilmek şüphesiz turizm bölgeleri ve turizm işletmelerinin ilgi duydukları bir konudur. Ancak uzun yıllardır alanyazında seyahat motivasyonu üzerine sayısız çalışma gerçekleştirilmesine rağmen gastronomi turizminin yeterince dikkate alınmadığı söylenebilir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, gastronomi turistlerinin destinasyon tercihi ile gastronomik motivasyonları arasında ilişkinin incelenmesidir. Araştırma verileri 401 yabancı katılımcıdan kolayda örneklem ile bırak ve topla tekniğinden yararlanılarak toplanmıştır. Araştırma kapsamında alanyazın incelemesi sonucu derlenen anket ölçeğine açıklayıcı faktör analizi ve verilere korelasyon analizi uygulanmıştır. Bulgular, yabancı turistlerin gastronomik motivasyonlarının seyahat kararı alırken dikkate alındığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi, Yiyecek-İçecek Turizmi, İtme ve Çekme Faktörleri, Seyahat Motivasyonu*

Abstract

To understand tourist behaviors and to know which reasons tourists prefer to travel and holiday destination is undoubtedly an issue of interest for tourism regions and tourism enterprises. However, despite numerous studies on travel motivation in the literature for many years, it can be said that gastronomy tourism has not been taken into consideration adequately. The aim of this study is to investigate the relationship between destination preferences and gastronomic motivations of gastronomic tourists. The research data were collected from 401 foreign participants with the help of drop-and-drop technique. In the scope of the research, explanatory factor analysis and correlation analysis were applied to the questionnaire scale compiled as a result of literature review. The findings show that gastronomic motivations of foreign tourists are taken into consideration when making a travel decision.

Keywords: *Gastronomy, Food and Beverage Tourism, Push and Pull Factors, Travel Motivation*

¹ Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, kgullu@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8604-8798

² Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi, burakatasoy@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9742-8112

Giriş

Turizm endüstrisindeki küreselleşme süreci, turist pazarının hızlı ve sürekli değişimi ile turizm alanları arasındaki rekabetin yoğunlaşması turizm destinasyonlarının makro ve mikro ortama daha hızlı ve daha esnek uyum göstermesini kaçınılmaz hale getirmiş bulunmaktadır (Özdemir, 2014, s. 9). Bu nedenle turizm destinasyonlarının yönetimi ve yapısının yeniden değerlendirilmesi, modern turizm yönetimi ve operasyon sistemi gibi çalışmaların yapılması zorunlu hale gelmiş bulunmaktadır (David ve Tözser, 2009, s. 1425). Benzer şekilde turizm yöneticilerinin rekabet gücünü araştırmak ve belirlemek amacıyla durumu analizi gerçekleştirmesi zorunlu görülmektedir. Böylece rekabet gücünü arttıran destinasyonların turizm pazarında daha çok talep görmesi kaçınılmazdır (Omerzel, 2006, s. 167).

Şüphesiz, rekabet gücünün artırılması turizm bölgelerinin karmaşık ve çok yönlü olan turist davranışlarını iyi analiz etmelerine bağlıdır (Lee vd., 2014, s. 1328). Son yıllarda turizme katılım sayısına paralel olarak turizm çeşitlerinde de artış görülmektedir. Bu duruma neden olarak turist istek ve beklentilerinde meydana gelen farklılıklar gösterilebilir. Öte yandan, artan boş zaman, harcanabilir gelir seviyesinin yükselmesi ve daha etkin ulaşım olanakları ile kolaylaştırılan turizm hareketleri, turistlere çok daha çeşitli turizm ve destinasyon seçenekleri sunmaktadır (Çuhadar ve Kervankıran, 2015, s. 142). Bu noktada turistlerin tatil kararı alırken etkili olan unsurların anlaşılması onların destinasyonlara yönelik akışlarının tahmin edilemesine olanak sağlamaktadır. Alanyazında turist davranışlarını analiz etme ve seyahat motivasyonlarını belirlemek adına birçok araştırma gerçekleştirilmiştir. Ancak, burada son dönemlerde gittikçe alternatif turizm trendleri içerisinde önemli sayıda katılımcıya ulaşan gastronomi turizminin bir motivasyon olarak değerlendirilmemiş olduğu görülmektedir.

Bu nedenle çalışmanın amacı yabancı ziyaretçilerin gastronomik motivasyonları ile gastronomi destinasyonu tercihleri arasında anlamlı bir ilişki olup-olmadığını tespit edilmesi olarak belirtilmektedir. Hem turist davranışlarını anlama ve analiz etmeye hem de destinasyon yöneticilerinin uzun vadede strateji ve planlama konusunda ihtiyaç duyduğu bilgiyi elde etmesine olanak sağlayacaktır. Bu noktada elde edilecek bulgular neticesinde yabancı ziyaretçilerin hangi unsurlardan yola çıkarak tatil yeri tercihinde bulunduğu anlaşılması, mevcut gastronomi destinasyonları ve potansiyel aday destinasyonlara doğru ve etkin pazarlama stratejisi geliştirerek turizm pazarında aktif rol sahibi olmalarına fırsat sağlayacaktır.

Literatür

Değişen turistik beklentilerin yanı sıra turizm bölgelerinin sürdürülebilirliğini sağlamak istemesi de yeni turistik eğilimlerin ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır (Şahin ve Ünver, 2015: 64). Bu yeni turizm arayışları içerisinde temel olarak başka kültürleri tanımak ve öğrenmek eğilimi gelmektedir. Bu noktada kültürün bir parçası olarak ortaya çıkan destinasyonların sahip olduğu gastronomik kaynaklar yeni bir turizm konseptinin doğmasına neden olmuştur (Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik, 2016, s. 1). Destinasyonların sahip oldukları “yerel yiyecek ve içecekler, eşsiz tatlar, yöresel gıdalar, benzersiz mutfak şölenleri vb.” özellikler son zamanlarda turistlerin tatil deneyimleri üzerinde rol oynamakta hatta sadece bu çekicilikler tatil kararı alım sürecinde motive edici birer kaynak görevi üstlenmektedir (Toksöz ve Aras,

2016, s. 184). Son dönemlerde ise turizmin ayrılmaz bir parçası olan gastronomi, destinasyon tercihinde turistler üzerinde etkili olmakta ve turizme yön veren bir motivasyon kaynağını belirtmektedir (Kim ve diğerleri, 2010: 58; Björk ve Raisanen, 2014, s. 297).

Motivasyon, insanların davranışını anlamamızı sağlayan ve onları bazı davranışlarda bulunmaya yönelten içsel ve dışsal güçler olarak ifade edilebilir (Khuong ve Ha, 2014, s. 490). Turizm bağlamında motivasyon, (bir turistik faaliyete katılmak) bir kişiyi belirli bir turistik hedefe yönelik olarak hareket etmeyi ön plana çıkaran veya bir turistik faaliyete katılmak için harekete geçiren bir dizi ihtiyaç ve tutumlar olarak belirtilmektedir (Pizam, Neumann ve Reichel, 1979, s. 195). Dann (1977, s. 186) seyahat motivasyonunu etkileyen iki unsurun olduğunu ve bunların itme ve çekme olmak üzere ikiye ayrıldığını belirtmektedir. İtme faktörlerini, turisti herhangi bir turizm destinasyonuna doğru seyahat etmeye yönelik etki eden içsel güçler şeklinde belirtilir iken çekme faktörleri ise bir turisti belirli bir turizm destinasyonuna yönelten destinasyona ait çekicilikler şeklinde ifade etmektedir. İtme ve çekme motivasyon kavramları o tarihten itibaren turist davranışlarını analiz etmede en popüler ve faydalı model haline gelmiştir (Baloğlu ve Uysal; 1996, s. 32). İtme ve çekme motivasyonları insanların neden seyahat ettiğini açıklamaktadır. Çünkü turist sahip olduğu kendi iç güdülerini tarafından bir turizm davranışında bulunmak üzere itilmekte ve aynı zamanda destinasyonların kendine özgü yönleriyle çekilmektedir (Khuong ve Ha, 2014, s. 490).

Bir turistin seyahat kararı alması ve sonrasında belirli bir destinasyonu seçme süreci, farklı iç ve dış faktörlerden etkilenen karmaşık ve çok yönlü bir süreçtir (Seyidov ve Adomaitienė, 2016, s. 124). Alanyazın incelendiğinde turistlerin destinasyon tercihinde bulunurken hangi faktörlerin etkili olduğunu belirlemek ve burada itme ve çekme seyahat motivasyonlarının rolünü ortaya çıkarmak adına birçok araştırma gerçekleştirilmiş bulunmaktadır (Um ve Crompton, 1990; Josiam, Smeaton ve Clements, 1999; Seddighi ve Theocharous, 2002; Sarma, 2004; Smith ve Costello, 2009; Yiamjanya ve Wongleedee, 2014; Hsieh, 2016) Ancak burada gastronomi turizminin büyümesi ardında yatan seyahat motivasyonlarının (Kivela ve Crotts, 2006, s. 354) değerlendirilmemiş ve ziyaretçilerin destinasyon seçiminde bu motivasyon boyutlarının etkisinin irdelenmemiş olması araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu noktada oluşturulan hipotezler;

H1: “Ziyaretçilerin itici gastronomik motivasyonları ile onların destinasyon tercih etme niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.”

H2: “Ziyaretçilerin çekici gastronomik motivasyonları ile onların destinasyon tercih etme niyetini arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır ” şeklindedir.

Yöntem

Bu çalışmanın modeli deneme modeli olmakla birlikte amacı bakımından neden/sonuç araştırmasıdır. Araştırmacının ortaya koyduğu durum ve konu hakkındaki değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz ettiği ve açıklama eğiliminde olduğu araştırmalar deneme modeli (sebeup-sonuç araştırması) olarak belirtilmektedir (Kurtuluş, 1989, s. 59; Karasar, 2006, s. 24; Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s. 72). Araştırmada bir veri elde etme tekniği olarak araştırmacı tarafından alanyazın taraması sonucu oluşturulan anket tekniğinden

yararlanılmıştır. Araştırma ölçeği 28 ifade olarak tasarlanmış ancak AFA sonucu 24 ifade ve 7 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır (Tablo 1). Araştırmanın çalışma evreni Kapadokya bölgesini ziyaret etmiş yabancı turistler oluşturmaktadır. Bu noktada kolayda örnekleme ile belirlenen 2019 Şubat ayı içerisinde N=401 yabancı katılımcıdan araştırmacı tarafından bırak-topla tekniğiyle araştırma verileri elde edilmiştir. Ancak araştırma kapsamında elde edilen verilerden 12 adet soru formu eksik olduğu görülerek dikkate alınmamıştır. Araştırma neticesinde N=389 adet verinin değerlendirme sürecine tabi tutulması uygun görülmüştür. Sekaran ve Bougie (2016, s. 264) evrenin (1.000.000) olduğu durumlarda ise 384 kişilik bir örneklemin uygun olacağını belirtmektedir. Ancak daha sonra gerçekleştirilen sapan analizi ile 372 veriyle istatistiksel sürece devam edilmiştir.

Tablo 1. Ölçek İfadeleri

1.	Günlük hayatın itiş kakışından uzaklaşmak için,	Whyte, 2017
2.	Günlük rutinden kaçmak için,	Park, Reisinger ve Kang, 2008
3.	Kendilerince eğlenen insanlarla beraber olma fırsatı yakaladığım için,	Smith ve Costello, 2009
4.	<i>Benim yaptığım benzer şeylerle eğlenen insanlarla beraber olmak için,</i>	Smith ve Costello, 2009
5.	Yiyecekler hakkında bilgimi arttırmak için,	Park, Reisinger ve Kang, 2008
6.	İçecekler hakkında bilgimi arttırmak için,	Park, Reisinger ve Kang, 2008
7.	Çünkü bilmediğim yemek türlerini merak ediyorum,	Shenoy, 2005
8.	Özel bir yiyecek ve içeceğin tadını çıkarmak için,	Smith ve Costello, 2009
9.	Çünkü <i>daha önce</i> bulundum ve iyi zaman geçirdim,	Smith ve Costello, 2009
10.	Arkadaşlarım ve ailem arasında popülerlik kazanmak için,	Park, Reisinger ve Kang, 2008
11.	<i>Aile/arkadaşlar ile zaman geçirmek için</i> gastronomik,	Park, Reisinger ve Kang, 2008
12.	Çünkü dünyanın her yerinden insanlarla tanışmak için harika bir fırsattır,	Smith ve Costello, 2009
13.	Farklı yiyecek ve içecekleri deneyimlemek için,	Smith ve Costello, 2009
14.	Yiyecek ve içeceklere olan ilgimi arttırmak için,	Park, Reisinger ve Kang, 2008
15.	Çünkü deneyimlediğim yiyecek ve içecekler hakkında konuşmayı seviyorum,	Smith ve Costello, 2009
16.	Yerel çiftçilerin ürünlerini sattıkları yerel pazarları ziyaret etmek için,	Getz ve Robinson, 2014
17.	Sadece yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemek için,	Shenoy, 2005
18.	Yerel ürünlerin üretildiği bir gıda işleme tesisini ziyaret etmek için,	Shenoy, 2005
19.	Yerel kültürün bir parçası olan mutfak malzemesi satın almak için,	Shenoy, 2005
20.	Yerel tarifleri olan yemek kitapları satın almak için,	Shenoy, 2005
21.	Özel bir şefin yemeklerini tatmak için,	Shenoy, 2005
22.	Yerel şef becerilerini ve mutfak performansını gözlemlemek için,	Shenoy, 2005
23.	Yerel mutfakla ilgili konferanslara katılmak için,	Getz ve Robinson, 2014
24.	Yerel geleneğe göre hazırlanan yiyecekleri yemek için,	Shenoy, 2005
25.	Yol kenarındaki standlardan doğal yiyecek satın almak için,	Shenoy, 2005
26.	Gastronomik çekiciliklerinden dolayı önümüzdeki 12 ay içinde bu destinasyonu tercih etmeyi düşünüyorum	Chien, Yen ve Hoang, 2012
27.	Gastronomik çekiciliklerinden dolayı önümüzdeki 12 ay içinde bu destinasyonu tercih etmeye çalışırdım	Chien, Yen ve Hoang, 2012
28.	Gastronomik çekiciliklerinden dolayı önümüzdeki 12 ay içinde bu destinasyonu tercih etmek istiyorum	Chien, Yen ve Hoang, 2012

Bulgular ve Tartışma

Çalışma kapsamında yabancı ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun 285'inin (76,6) Asya-Pasifik ülkelerinden geldiği ve erkek katılımcıların (50,8) kadın katılımcılara (49,2) göre nispeten daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük bir çoğunluğunun 26 ile 50 yaş arasında olduğu (64,15), yanı sıra yine önemli bir kısmının (58,2) lisans derecesinde eğitime sahip olduğu ulaşılan bulgular arasındadır.

Açıklayıcı faktör analizi

Bu araştırma çerçevesinde ise kapsam geçerliliğini sağlamak adına alanyazın taraması sonucu oluşturulan nitelikler 10 akademisyenin uzman görüşüne sunulmuştur. Bu noktada kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Elde edilen anket formu ile 15.01.2019 tarihinde Göreme Açık Hava Müzesi civarında N=41 yabancı ziyaretçinin katılımı ile bir test gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sürecinde Ortogonal (dikey) döndürme tekniklerinden Varimax tekniği tercih edilmiştir. Faktör yükü 0,40 altında olan değişkenler değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Varimax tekniğinde ortaya çıkan boyutlar arasındaki korelasyon sıfır ve boyutlar birbirinden bağımsız olmaktadır. Böylelikle faktörlerin adlandırılması süreci daha kolay gerçekleştirilmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 279; Büyüköztürk, 2015, s. 134-136). Bir maddenin birden fazla faktöre yüklenmesi durumunda aralarındaki farkın en az 0,10 olmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca, herhangi bir boyuta yerleşemeyen maddelerin veya yerleştiği boyutun tek maddesi olan ifadelerin de ölçekte yer almaması tercih edilmiştir. Yapı geçerliliği, ölçeğin hangi nitelikleri ölçtüğünün tanımlanması sürecini ifade etmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2012, s. 123). Araştırma kapsamında yapı geçerliliğini sağlamak adına faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapılmasındaki temel amaç çok sayıdaki niteliklerin az sayıda faktörle ifade edilmesidir (Karasar, 2006, s. 152). Bu araştırma kapsamında elde edilen veri setine ilişkin KMO değerinin 0,730 olması örneklem yeterliliğinin "iyi" olduğuna işaret etmektedir. Öte yandan Bartlett Küresellik testi sonuçları ($p \leq 0,000$; 1505, 751) verinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bu araştırma kapsamında iki ayrı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen faktör analizi sonucu toplam 24 ifadenin 7 boyutlu bir yapı ortaya çıkardığı tespit edilmiştir (Tablo 2). Araştırma kapsamında üç ifadeden oluşan tercih etme niyetine ayrıca faktör analizi uygulanmıştır (Tablo 3). Açıklanan Toplam Varyans Tablo 2 ve 3 olmak üzere sırasıyla %53,154 ve %64,393 şeklindedir. Araştırmada faktör analizi yapılmadan ölçek formunda hesaplanan Cronbach's Alpha değeri (0,815) olarak tespit edilmiş ve güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2. Motivasyon Faktörlerine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Açıklayıcı Faktör Analizi	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans
<i>Bilgi Edinme</i>		
Yiyecekler hakkında bilgimi arttırmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,797	
İçecekler hakkında bilgimi arttırmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,763	
Gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim çünkü bilmediğim yemek türlerini merak ediyorum.	0,568	12,150
Yiyecek ve içeceklere olan ilgimi arttırmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,547	
Farklı yiyecek ve içecekleri deneyimlemek için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,507	
<i>Kültürel Deneyim</i>		
Yerel tarifleri olan yemek kitapları satın almak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,765	
Yerel kültürün bir parçası olan mutfak malzemesi satın almak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,708	
Özel bir şefin yemeklerini tatmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,708	11,153
Yerel mutfakla ilgili konferanslara katılmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,505	
Yerel ürünlerin üretildiği bir gıda işleme tesisini ziyaret etmek için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,450	
<i>Dinlenme Arayışı</i>		
Günlük rutinden kaçmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,738	
Günlük hayatın itiş kakışından uzaklaşmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim	0,734	
Kendilerince eğlenen insanlarla beraber olma fırsatı yakaladığım için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,550	8,541
<i>Benim yaptığım benzer şeylerle eğlenen insanlarla beraber olmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.</i>	0,513	
<i>Yerel Halk İle Etkileşim</i>		
Yerel çiftçilerin ürünlerini sattıkları yerel pazarları ziyaret etmek için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,769	
Sadece yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemek için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,681	7,597
Yol kenarındaki standlardan doğal yiyecek satın almak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,513	
<i>Sosyal Statü ve Prestij</i>		
Arkadaşlarım ve ailem arasında popülerlik kazanmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.	0,794	7,026
Gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim çünkü <i>daha önce bulundum ve iyi zaman geçirdim.</i>	0,783	
<i>Birliktelik İhtiyacı</i>		
<i>Aile ve arkadaşlar ile zaman geçirmek için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.</i>	0,726	
Gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim çünkü dünyanın her yerinden insanlarla tanışmak için harika bir fırsattır.	0,529	6,667

Tablo 3. Tercih Etme Niyetine İlişkin Faktör Analizi

<i>Tercih Etme Niyeti</i>		
Gastronomik çekiciliklerinden dolayı önümüzdeki 12 ay içinde bu destinasyonu tercih etmek istiyorum.	0,838	
Gastronomik çekiciliklerinden dolayı önümüzdeki 12 ay içinde bu destinasyonu tercih etmeyi düşünüyorum	0,793	64,393
Gastronomik çekiciliklerinden dolayı önümüzdeki 12 ay içinde bu destinasyonu tercih etmeye çalışırdım	0,775	

Değişkenler arası korelasyon analizi

Bu kapsamda motivasyon boyutları ile tercih etme niyetine yönelik yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, bilgi edinme boyutu ile kültürel deneyim arasında orta düzeyde ($r=0,356$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) pozitif bir ilişki vardır. Bu bulgu Shukor vd., (2017) tarafından

gerçekleştirilen çalışma ile benzerlik göstermektedir. Bu duruma neden olarak yiyecek ve içeceklerin kültürün bir parçası olması ve insanlara başka kültürleri tanıma fırsatı vermesi örnek gösterilebilir. Bilgi edinme ve dinlenme arayışı arasında ($r=254$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), bir ilişki öngörülmekte ve bu sonuçta Jang ve Liping, (2002) tarafından yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir. Turistler tarafından gastronomik aktivitelere katılarak hem boş zaman değerlendirmek hem de çeşitli mutfak veya yiyecekler hakkında bilgi edinmek istenmesi bu sonucu desteklediği söylenebilir. Bilgi edinme boyutu ile yerel halk ile etkileşim arasında ($r=276$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), bilgi edinme faktörü ile sosyal statü arasında ($r=181$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), bilgi edinme ve birliktelik ihtiyacı boyutu arasında ($r=266$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), bilgi edinme ve tercih etme niyeti boyutu arasında ($r=190$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) düşük düzeyde pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Kültürel deneyim boyutu ile dinlenme arayışı arasında ($r=296$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), yerel halk ile etkileşim boyutu arasında ($r=209$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), sosyal statü ve prestij faktörü arasında ($r=224$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), pozitif yönlü ilişki görülmektedir. Bu noktada turistlerin başka kültürleri tanımayı, onlar hakkında bilgi edinmeyi ve onlarla etkileşimde bulunmayı bir prestij olarak değerlendirdiği sonucuna ulaşılabilir. Bu bulgu Baniya ve Paudel, (2016) tarafından desteklenmektedir. Kültürel deneyim boyutu ve birliktelik ihtiyacı boyutu ile arasında ($r=266$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), tercih etme niyeti arasında ($r=191$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç ise Siaw ve Anshah, (2015) tarafından yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir. İnsanların başka kültürleri öğrenmek istemesinin onların destinasyon seçimine etki ettiği ve gastronominin kültürün bir parçası olarak burada rol üstlendiği söylenebilir.

Dinlenme arayışı boyutu ile yerel halk ile etkileşim boyutu arasında ($r=144$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), sosyal statü ve prestij boyutu arasında ($r=163$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), birliktelik ihtiyacı boyutu ile ($r=251$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), tercih etme niyeti boyutu ile arasında ($r=159$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yerel halk ile etkileşim boyutu ile sosyal statü ve prestij boyutu arasında ($r=161$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde), birliktelik ihtiyacı boyutu ile ise arasında ($r=137$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) düşük düzeyde pozitif yönlü ilişki olduğu söylenebilir. Öte yandan, sosyal statü ve prestij boyutu ile birliktelik ihtiyacı ve tercih etme niyeti arasında da ($r=002$, $r=005$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) düşük düzeyde pozitif ilişki olduğu saptanmıştır. Birliktelik ihtiyacı ve tercih etme niyeti arasında ($r=044$, $p=0,01$ anlamlılık düzeyinde) yine pozitif yönlü düşük düzeyde ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 4'te itme ve çekme gastronomik motivasyonlar ile tercih etme niyeti arasındaki ilişkiyi belirlemek adına korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Buna göre aşağıda görüldüğü üzere motivasyon boyutları ile tercih etme niyetine yönelik yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, H_1 ve H_2 kabul edilmiştir.

Tablo 4. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Bilgi Edinme	Kültürel Deneyim	Dinlenme Arayışı	Yerel Halk ile Etkileşim	Sosyal Statü ve Prestij	Birliktelik İhtiyacı	Tercih Etme Niyeti
Bilgi Edinme	1	,356**	,254**	,276**	,181**	,266**	,190**
		,000	,000	,000	,000	,000	,000
		372	372	372	372	372	372
Kültürel Deneyim		1	,296**	,209**	,224**	,243**	,191**
			,000	,000	,000	,000	,000
			372	372	372	372	372
Dinlenme Arayışı			1	,144**	,163**	,251**	,159**
				,006	,002	,000	,002
				372	372	372	372
Yerel Halk ile Etkileşim				1	,073	,077	,197**
					,161	,137	,000
					372	372	372
Sosyal Statü ve Prestij					1	,160**	,147**
						,002	,005
						372	372
Birliktelik İhtiyacı						1	,044
							,398
							372

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı, turistlerin gastronomi destinasyonları tercihi ile gastronomik motivasyonları arasında bir ilişki olup-olmadığının belirlenmesidir. Araştırma kapsamında 401 adet veri toplanmış 389'u değerlendirilmeye uygun görülmüştür. Ancak sapan analizi sonucu 372 veri istatistiksel analiz sürecine tabi tutulmuştur. Ayrıca, çalışmanın konusu ile ilgili alanyazından motivasyon faktörlerine ilişkin detaylı tarama yapılmış ve bir dizi işlem sonucunda 28 ifadeli ölçek de karar kılınmıştır. Bu ifadelere ilişkin uygulanan faktör analizi sonucu 7 boyut ortaya çıkmıştır.

Yöntemsel Çıkarımlar

Bu çalışma kapsamında uygulanan faktör analizi kapsamında elde edilen faktörler; a) bilgi edinme, b) kültürel deneyim, c) dinlenme arayışı, d) yerel halk ile etkileşim, e) sosyal statü ve prestij, f) birliktelik ihtiyacı ve g) tercih etme niyeti şeklinde ifade edilmektedir. Bu çalışma kapsamında ortaya çıkan faktörler ve alanyazındaki daha önce gerçekleştirilen benzer çalışmalar ile desteklenip desteklenmediği tartışılmaktadır (Dann, 1977; Crompton, 1979; Um ve Crompton, 1990; Lee ve Crompton, 1992; Gnoth, 1997). Bu araştırma kapsamında ilk sırada yer alan bilgi edinme faktörü Kim, Goh ve Yuan'ın (2010) çalışmasında da en önemli itici motivasyon olarak değerlendirilmekte ve sonuçlar paralellik göstermektedir. Ancak bu çalışmanın en büyük akademik katkısı daha önce gerçekleştiren motivasyon boyutlarına ilişkin araştırmalardan farklı olarak tamamen gastronomi turistlerine yönelik ifadeler ve faktörlerden oluştuğu gerçeğidir.

Seyahat motivasyonlarının gastronomi turistleri tarafından ele alınarak bir ölçeğin geliştirilmiş olması ve gastronomi destinasyonları seçiminde turistler üzerinde etkili olan faktörlerin tespit edilmesiyle alanyazına büyük katkı sağlandığı söylenebilir. Turistlerin, itme ve çekme gastronomik motivasyonları ile onların destinasyon tercihi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır hipotezleri kabul edilmiştir.

Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar

Kapadokya bölgesindeki yiyecek-içecek ve turizm işletmelerinin menülerinde Çin ve Doğu Asya gastronomisine daha fazla yer vermesi anketlerde öneriler kısmında ve yüz yüze görüşmelerde katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Diğer taraftan yöresel mutfağa olan ilginin arttığı göz önünde bulundurulmalı, farklı milletlerden gelen yabancı ziyaretçilerin yerel gıda veya lezzetlerin üretiminde rol almasına izin verilerek gastronomik etkinliklerin artmasına olanak sağlanmalıdır. Gastronomi şenlikleri, festivalleri düzenlenerek potansiyel ziyaretçilere yönelik çekicilikler oluşturulmalıdır.

Bu kapsamda araştırmanın çalışma evrenini oluşturan Kapadokya turizm bölgesi göz önüne alındığında, bölgede yer alan turizm endüstrisi paydaşlarının bu araştırmanın ortaya koyduğu değerlendirmeleri dikkate almalarının uzun vadede kendilerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada kullanılan ölçek formunun İngilizce olarak hazırlanması, İngilizce bilmeyen yabancı ziyaretçilerden veri toplamayı imkânsız kılmıştır. Bu nedenle araştırmacıların çalışma evrenlerinin koşullarının iyi analiz etmesi ve evrenin milliyet veya dil değişkenlerin dikkate alınarak veri toplama yönteminin tercih edilmesi daha etkili ve hızlı sonuçlar alınmasına olanak sağlayacaktır.

Bu araştırma gastronomi destinasyonu tercih ederken etki olan gastronomi motivasyonlarının tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın çalışma evrenini Kapadokya bölgesindeki yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır. İleride gerçekleştirilecek araştırmalar farklı bir bölgede yapılarak elde edilen sonuçlar bu araştırma ile karşılaştırılabilir. Farklı evren ve örneklemde gerçekleştirilecek çalışmalar ile ilgili araştırmanın bulguları kıyaslanarak ülkemize gelen gastronomi turistlerinin profillerinin daha net anlaşılması sağlanabilir.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (7. Baskı). Sakarya: Sakarya.
- Baloglu, S. ve Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-38.
- Baniya, R., & Paudel, K. (2016). An Analysis of push and pull travel motivations of domestic tourists in nepal. *Journal of Management and Development Studies*, 27, 2392–4896. Retrieved from <http://nasc.org.np>
- Björk, P. ve Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-Gastronomic tourism—a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Çuhadar, M. ve Kervankıran, İ. (2015). Turizmin sürdürülebilirliğine yönelik yabancı turistlerin algı ve tutumları: Marmaris örneği. *Sdü Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36, 139-166.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- David, L. ve Tozser, A. (2009). Destination management: Necessity and tasks of tourism destination management in hungary. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 3(6), 1425-1431.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304.
- Hsieh, H. Y. (2016) The influence of travel motivation and destination image on destination choices of backpackers in Tainan. *Proceedings Of The Eighth Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking*, 1-8.
- Jang, S. C. S., ve Liping, C. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13(3), 111–133.
- <https://doi.org/10.1080/10548400209511570>
- Josiam, B. M., Smeaton, G. ve Clements, C. J. (1999). Involvement: Travel motivation and destination selection. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 167-175.
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (16. Baskı). Ankara: Nobel.
- Khuong, M. N. ve Ha, H. T. T. (2014). The influences of push and pull factors on the international leisure tourists' return intention to Ho Chi Minh city, Vietnam--a mediation analysis of destination satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 490-496.

- Kızılırmak, İ., M. Ofloğlu ve Şişik, L. (2016). Türkiye’de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 258-269.
- Kim, Y. H., B. K. Goh ve Yuan, J. (2010). Development of a multi-dimensional scale for measuring food tourist motivations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 56-71.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination’. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kurtuluş, K. (1989). *İşletmelerde araştırma yöntem bilimi*. İstanbul: İÜ İşletme Fakültesi.
- Lee, S., Lee, S. ve Lee, G. (2014). Ecotourists motivation and revisit intention: A case study of restored ecological parks in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 0(0), 1-18. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.852117>.
- Lee, T. H. ve Crompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 732-751.
- Omerzel, D. G. (2006). Competitiveness of Slovenia as a tourist destination. *Managing Global Transitions*, 4(2), 167-189.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması*. Ankara: Detay.
- Pizam, A., Neumann, Y. ve Reichel, A. (1979). Tourist satisfaction: uses and misuses. *Annals of Tourism Research*, 6(2), 195-197.
- Sarma, M. K. (2004). Destination choice pattern and tourist segments. tourist behaviour. *Books by MDI Faculty*, 137-149.
- Seddighi, H. R. ve Theocharous, A. L. (2002). A model of tourism destination choice: A theoretical and empirical analysis. *Tourism Management*, 23(5), 475-487.
- Sekaran, U. ve R. Bougie. (2016). *Research methods for business: a skill building approach* (7th. edition). John Wiley & Sons.
- Seyidov, J. ve Adomaitiene, R. (2016). Factors influencing local tourists' decision-making on choosing a destination: A case of Azerbaijan. *Ekonomika*, 95(3), 112-127.
- Shukor, M. S., Salleh, N. H. M., ve Idris, S. H. M. (2017). An evaluation of the effects of motivation, satisfaction on destination loyalty: case study tourism Malaysia. *International Journal of Social Sciences and Management*, 4(2), 137-147.
- Siaw, P. L., ve Ansah, O. G. (2015). Tourist destination choice: motivational factors among social science students ‘associations at knust. *Researchjournali’s Journal of Hospitality Tourism*, 2(1), 12-46.
- Smith, S. ve Costello, C. (2009). Segmenting visitors to a culinary event: motivations, travel behavior, and expenditures. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1), 44-67.

- Şahin, G. G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: istanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Toksöz, D. ve Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfağın rolü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 174-189.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- Yiamjanya, S. ve Wongleedee, K. (2014). International tourists' travel motivation by push-pull factors and the decision making for selecting Thailand as destination choice. *International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering*, 8(5), 1326-1331.



Muhasebe Meslek Mensupları ile Vergi Mükelleflerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Vergi Uyumuna İlişkin Bir İnceleme¹

The Problems Faced and Solution Proposals by Accounting Professionals and Taxpayers:
A Review on Tax Compliance

Arş. Gör. Dr. Aytül Bişgin² - Dr. Öğr. Üyesi Sema Ünlüer³ - Prof. Dr. M. Erkan Üyümez⁴

Başvuru Tarihi: 24.08.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

Bu çalışmada muhasebe meslek mensuplarının mesleki yaşantılarında karşılaştıkları sorunlar ile mükelleflerin iş yaşantılarında karşılaştıkları sorunların neler olduğu ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin vergi uyumunu nasıl etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırma, nitel araştırma yöntemi yardımıyla gerçekleştirilmiş ve durum çalışması olarak desenlenmiştir. Araştırma verileri 25 muhasebe meslek mensubu ve 15 vergi mükellefi ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma verilerinin analizi, tümevarım analizi yoluyla bilgisayar destekli nitel veri analizi programından biri olan NVivo 11 Pro yardımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bulguları ise araştırma sorusu çerçevesinde sunulmuş ve bu bulgular vergi uyumu bağlamında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Uyum, Muhasebe Meslek Mensupları, Vergi Mükellefleri, Nitel Araştırma Yöntemi, Sorunlar

Abstract

In this study, it was tried to determine the problems faced by accounting professionals in their professional lives and the problems faced by taxpayers in their business life and how the solution proposals for these problems affect the tax compliance. For this purpose, the research was carried out with the help of qualitative research method and it was designed as case study. Research data were collected through semi-structured interviews with 25 accounting professionals and 15 taxpayers. Analysis of the research data was carried out with the help of NVivo 11 Pro, one of the computer-aided qualitative data analysis programs through induction analysis. The findings of

¹ Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. M. Erkan Üyümez ve Dr. Öğr. Üyesi Sema Ünlüer danışmanlığında Aytül Bişgin tarafından "Türkiye'de Muhasebe Meslek Mensupları ile Mükellefler Arasında Gerçekleşen Etkileşimlerin Vergi Uyumuna Bağlamında İncelenmesi" ismiyle tamamlanarak 10.08.2018 tarihinde savunulan doktora tezinden türetilmiştir.

² Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, aytulbisgin@gmail.com, ORCID: 0000 0003 2488 3541

³ Anadolu Üniversitesi, Engelliler Entegre Yüksekokulu, semaaktas@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000 0003 2958 9798

⁴ Anadolu Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, meuyumez@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000 0001 7567 3486

the study were presented within the framework of the research question and these findings were evaluated in the context of tax compliance.

Keywords: *Tax Compliance, Accounting Professionals, Taxpayers, Qualitative Research Methodology, Problems*

Giriş

Vergi uyumu vergi mükelleflerinin vergi kanunlarına uyum göstermesidir (James and Alley, 2002). Dolayısıyla devletin en önemli gelir kaynağı olan vergilerin mükellefler tarafından zamanında ve ilgili yasalara uygun olarak ödenebilmesi, diğer yükümlülüklerin yerine getirilmesi mükelleflerin vergiye uyum göstermelerine bağlıdır. Yasaların sık aralıklarla değişikliğe uğramasından dolayı takibinin zor olması, vergi kanunlarının sadelikten uzak olması nedeniyle doğru anlaşılma riskini taşıması, vergi avantajlarından yararlanma isteği, vergi ile ilgili teknik konularda bilgi eksikliği ve kanun boşluklarından yararlanarak daha az vergi ödeme isteği gibi nedenlerden dolayı mükellefler genellikle bir desteğe ihtiyaç duyarlar. Bu destek hizmetini ise serbest muhasebeci mali müşavirler ile gerek serbest çalışan gerek bağımsız denetim kuruluşlarına bağlı olarak çalışan yeminli mali müşavirler vermektedir.

Muhasebe meslek mensupları ile vergi mükellefleri arasındaki bu ilişkinin olağan sürecinde ise hem muhasebe meslek mensupları hem de vergi mükellefleri birtakım sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunlar muhasebe meslek mensupları ile vergi mükellefleri arasındaki iş ilişkisinden kaynaklanabildiği gibi vergilendirme sürecinde muhatap oldukları kişi ya da kurumlardan da kaynaklanabilmektedir.

Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında; Kalaycı ve Tekşen (2006) tarafından yapılan çalışmada Isparta il merkezinde 52 muhasebe meslek mensubuna (SM, SMMM, YMM) yüz yüze görüşme suretiyle uygulanan bir anketle, muhasebecilik mesleğinde karşılaşılan sorunlar ve meslek mensuplarının istek, görüş ve önerileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda ise muhasebecilerin karşılaştıkları sorunlardan bazıları: Mükellefler tarafından en iyi muhasebecinin en az vergi ödeten muhasebeci olarak görünmesi, meslek mensuplarının genellikle her gün kanunlarda yapılan değişiklikleri takip edememesi, ankete katılan meslek mensuplarının büyük bir çoğunluğu meslektaşları tarafından ucuz defter tutulduğunu ve iş yükünün çok fazla olduğunu belirtmiştir.

Gökgöz ve Zeytin (2012) tarafından yapılan çalışmada Bilecik ve Yalova illerinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının mesleklerini icra ederken karşılaştıkları sorunların tespiti amaçlanmıştır. 127 meslek mensubuna (serbest muhasebeci ve serbest muhasebeci mali müşavirler) anket formları ulaştırılmıştır. Araştırma sonucunda ise muhasebe meslek mensuplarının karşılaştıkları sorunların çoğunlukla: iş yükünün çok fazla olması, alınan ücretlerin yetersiz olması, devlet dairelerinde bürokratik işlemlerin çokluğu, mükelleflerin evrakını zamanında ulaştırmaması, mükelleflerden muhasebe ücretlerinin zamanında veya hiç tahsil edilememesi şeklinde olduğu görülmüştür.

Tuğay ve Tekşen (2014) tarafından Burdur ilinde yapılan çalışmada bağımsız olarak çalışan muhasebe meslek mensuplarına anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucuna göre ise, muhasebe meslek mensuplarının sorunları olarak, muhasebeciden az vergi ödetmesinin istenmesi, mevzuat değişikliklerinin çok sık olması, haksız rekabetin olması, yoğun iş yükü, ücretlerin tahsilinde yaşanan problemler olarak tespit edilmiştir.

Deran ve Beller (2017) tarafından yapılan çalışma Niğde ilinde gerçekleştirilmiştir. Niğde ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının mesleki faaliyetlerini yerine getirirken karşılaştıkları mesleki sorunlar ile mükelleflerin karşılaştıkları sorunlar olarak, mevzuatın sık sık değişimi ile ilgili sorunlar, Tek Düzen Muhasebe Sistemi'nin uygulanması ile ilgili sorunlar, mükelleflerin muhasebe mesleğine yeteri kadar önem vermemeleri, mükelleflerin zamanında ve yeterli bilgi vermemeleri, mükelleflerden tahsil edilen ücretler ile ilgili sorunlar, mükelleflerin kanun dışı davranışlarda bulunma önerileri gibi sorunlar tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmaların daha çok muhasebe meslek mensuplarının yaşadıkları sorunların tespitine yönelik olduğu görülmektedir. Bu çalışmada ise hem muhasebe meslek mensuplarının hem de vergi mükelleflerinin sorunlarının tespiti ve sorun karşısında ne tür çözüm önerilerinin olabildiği ayrıca bu durumların vergi uyumunu nasıl etkilediği nitel araştırma yöntemiyle tespit edilmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın hem yöntemsel bağlamda hem de vergi uyumu özelinde literatüre katkı sağlayacağı beklenmektedir. Çalışmada ilgili tespit yapılabilmesi için *“Muhasebe meslek mensupları ile mükelleflerin karşılaştıkları sorunlar nelerdir? Mükellefler bir sorunla karşılaştığında, muhasebe meslek mensuplarının bu sorun karşısındaki tutumu ve çözüm önerileri vergi uyumunu nasıl etkilemektedir?”* sorusu dikkate alınmıştır. Çalışmada öncelikle kavramsal çerçeveye yer verilmiş ardından yöntemle ilişkin açıklamalara yer verildikten sonra yapılan derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular alıntı yapılarak sunulmuş ve yorumlanmıştır. Çalışmanın son kısmında ise bulgulara yönelik olarak değerlendirmeler ve sonuç kısmı yer almaktadır.

Yöntem

Bu kısımda çalışmanın modeli, çalışmanın katılımcıları ve özellikleri, veri toplama teknikleri ve süreci, verilerin analizi ile çalışma etiği yer almaktadır.

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının mesleki yaşantılarında karşılaştıkları sorunlar ile mükelleflerin iş yaşantılarında karşılaştıkları sorunların neler olduğu ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin vergi uyumunu nasıl etkilediği tespiti amaçlandığından, çalışma nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiş ve durum çalışması (case study) olarak desenlenmiştir. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 45). Nitel çalışmada yer alan desenler ise: “kültür analizi”, “olgubilim”, “kuram oluşturma”, “durum çalışması” ve “eylem çalışması”dır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Cresswell (2007) durum çalışmasını, araştırmacının sınırları belli bir sistemi, belli bir zaman dilimi içerisinde farklı kaynaklar kullanarak (gözlemler, görüşmeler, işitsel görsel materyaller, belgeler ve raporlar) detaylı bir şekilde betimlenmesi ve bu duruma dayalı temaların ortaya konulması olarak tanımlamıştır. Merriam (1998) ise nitel durum çalışmasını yoğun ve bütüncül bir betimleme olarak ve tek bir olayın, olgunun ya da toplumsal bir birimin analizi olarak tanımlamıştır.

Araştırmada izlenen aşamalar ilgili literatürün taranması ile başlayıp yarı yapılandırılmış görüşme formlarının hazırlanması, yarı yapılandırılmış görüşme formlarının uygulanması, verilerin analiz edilmesi, bulguların raporlaştırılması ve yorumlar ile sonuç kısmından oluşmaktadır. İzlenen bu aşamalar bir döngü şeklinde olup, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları sürekli olarak yapılmıştır.

Araştırmanın Katılımcıları ve Özellikleri

Araştırmanın katılımcıları, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan “kartopu örnekleme” ile seçilmiştir. Kartopu örnekleme, araştırmacının probleminde ilişkin olarak zengin bilgi kaynağı olabilecek birey veya durumların saptanmasında özellikle etkilidir. Süreç çok basit bir soruyla başlar: “Bu konuda en çok bilgi sahibi kimler olabilir? Bu konuyla ilgili olarak kim veya kimlerle görüşmemi önerirsiniz?” (Patton, 1987, s. 56). Süreç ilerledikçe elde edilen isimler veya durumlar tıpkı bir kartopu gibi büyüyerek devam edecek, belirli bir süre sonra belirli isimler hep öne çıkmaya başlayacak, araştırmacının görüşmesi gereken birey sayısı veya ilgilenmesi gereken durum sayısı azalmaya başlayacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 139).

Kartopu örnekleme yöntemiyle seçilen iki katılımcı grubunu muhasebe meslek mensupları ve vergi mükellefleri oluşturmaktadır. Görüşme yapılacak muhasebe meslek mensuplarının seçiminde alanında deneyimli olmasına, vergi mükelleflerinin seçiminde ise işinde uzun yıllar faaliyet göstermiş olmasına özen gösterilmiştir.

Araştırmanın katılımcı grubundan biri olan 25 muhasebe meslek mensubundan, 18’i serbest muhasebeci mali müşavirler iken 7’si ise yeminli mali müşavirlerden oluşmaktadır. Muhasebe meslek mensuplarının mesleki deneyimleri 3 ile 39 yıl arasında değişmektedir. 15 vergi mükellefinden oluşan bir diğer katılımcı grubu ise gelir vergisi mükellefleri ile kurumlar vergisi mükellefiyeti ile ilgisi bulunan mükelleflerden oluşmaktadır. Görüşme yapılan vergi mükelleflerinden 5’i⁵ büyük ölçekli işletme sahibi iken, kalan 10’u⁶ ise küçük ve orta ölçekli işletme sahibidir. Araştırmada veri çeşitliliğini artırmak için farklı sektörlerde (inşaat, otomasyon, bilişim, tarım, giyim sanayi vb.) faaliyet gösteren tecrübeli vergi mükellefleri ile görüşülmüştür. Mükelleflerin iş deneyimleri ise 2 ile 64 yıl arasında değişmektedir.

Veri Toplama Teknikleri ve Süreci

Bu araştırmada veriler “görüşme” tekniği kullanılarak toplanmıştır. Hem muhasebe meslek mensupları ile hem de mükellefler ile yapılan derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmeler yüz

⁵ Mükellef (6), Mükellef (7), Mükellef (8), Mükellef (9), Mükellef (11).

⁶ Mükellef (1), Mükellef (2), Mükellef (3), Mükellef (4), Mükellef (5), Mükellef (10), Mükellef (12), Mükellef (13), Mükellef (14), Mükellef (15).

yüze, ses kayıt cihazı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme sorularının hazırlanması, uygulanması ve raporlaştırılması aşamalarının her birinde belirli aralıklarla, alan uzmanı, nitel araştırma uzmanı ve araştırmacının yer aldığı geçerlik komitelerinde, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Görüşmeler Eskişehir, Ankara ve İstanbul olmak üzere üç ilde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci ise 02.12.2017-05.08.2017 tarihleri arasında kapsamaktadır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada elde edilen veriler, nitel veri analizi yöntemlerinden tümevarım analizi yoluyla çözümlenmiştir. Tümevarım analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Tümevarım analizinde birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilir ve bu veriler okuyucunun anlayabileceği bir şekilde düzenlenerek yorumlanmaktadır. Analiz süreci ise verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ile bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Araştırma verilerinin analizi bilgisayar destekli nitel veri analizi programından biri olan NVivo 11 Pro yardımı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma Etiği

Araştırmanın başlangıcından itibaren tüm verilerin geçerli bir şekilde toplanmasına özen gösterilmiştir. Gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerin öncesinde tüm katılımcılardan yazılı izin alınmıştır. Ayrıca araştırmaya dâhil olan katılımcıların isimleri kesinlikle deşifre edilmemiş, görüşme verilerinin analizinde katılımcı isimleri yerine SMMM (12), YMM (5) ve Mükellef (7) gibi kod isimler kullanılmıştır.

Bulgular ve Yorumlar

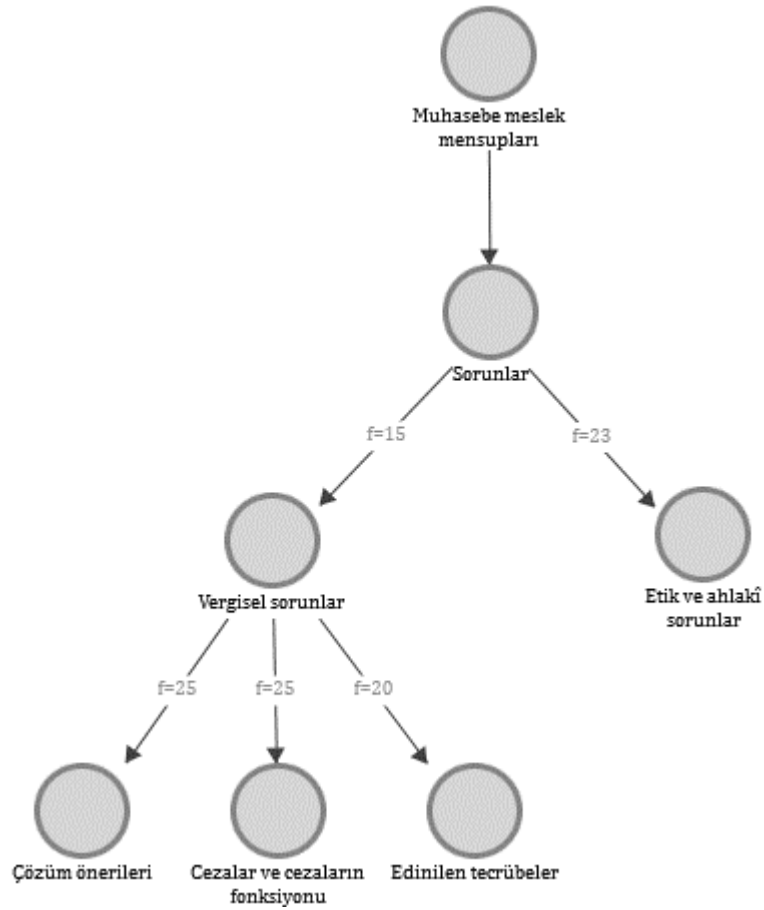
Araştırmanın bu kısmında 25’i muhasebe meslek mensubu 15’i ise vergi mükellefi olmak üzere toplamda 40 katılımcıdan toplanan verilerden elde edilen bulgular yer almaktadır. Bu bulgular araştırma sorusu olan, “*Muhasebe meslek mensupları ile mükelleflerin karşılaştıkları sorunlar nelerdir? Mükellefler bir sorunla karşılaştığında, muhasebe meslek mensuplarının bu sorun karşısındaki tutumu ve çözüm önerileri vergi uyumunu nasıl etkilemektedir?*” çerçevesinde hem muhasebe meslek mensuplarından hem de vergi mükelleflerinden elde edilen verilerden alıntı⁷ yapılarak sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Muhasebe Meslek Mensuplarının Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Muhasebe meslek mensupları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler doğrultusunda öncelikle “*Sorunlar*” ana temasına ulaşılmıştır. Bu ana temadan iki ayrı temaya daha ulaşılmıştır. Bunlar ise: “*Vergisel sorunlar*” ile “*Etik ve ahlakî sorunlar*” şeklindedir. “*Vergisel sorunlar*” alt temasından ise “*Çözüm önerileri*”, “*Cezalar ve cezaların fonksiyonu*” ve “*Edinilen tecrübeler*” olmak üzere üç alt temaya daha ulaşılmıştır. İlgili temaların frekans dağılımı⁸ aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.

⁷ Alıntı yapılarak sunulan görüşme verilerinin sonunda yer alan tarihler, görüşmenin yapıldığı tarihi belirtmektedir.

⁸ Frekans dağılımı, muhasebe meslek mensuplarının görüşlerinin sayısını ifade etmektedir.



Şekil 1. Muhasebe Meslek Mensupları Açısından “Sorunlar” Adlı Ana Tema ve Alt Temalar

Vergisel Sorunlar

Muhasebe meslek mensuplarından 15'i⁹ vergisel sorunların neler olduğu ve hangi durumların bu sorunlara sebebiyet verdiği konusunda görüş bildirmiştir. SMMM (16), vergisel sorunların nedenini mevzuatın açık olmamasına bağlamış ve şu şekilde ifade etmiştir:

SMMM (16): (...) Mevzuat çok karışık. Sade değil. Özellikle gelir vergisiyle KDV'nin birbirleriyle uyumsuzluğu. İşte bir kanun kabul ederken birisi etmeme, KDV'sini gider yazmama, özellikle son dönemde sıkıntılarımız var. (...) (06.06.2017)

SMMM (9)'un ise “...Mevzuat açık değil bir de sürekli mevzuat değişikliği var ama sürekli yani...” şeklindeki görüşü, SMMM (16)'nın yukarıdaki görüşünü destekler nitelikte bir bulgudur.

SMMM (6), mükellefin bilgisizliğinden ve bakış açısından kaynaklanan durumların vergisel sorun oluşturduğunu şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (6): Güncel olarak karşılaştığımız sorun Katma Değer Vergisi. KDV'yi kendi cebinde kalan bir para olarkten düşünüyor. Mükellef verdiği zaman bunu cebinden çıkmış bir şey olarkten düşünüyor,

⁹ SMMM (2), YMM (3), SMMM (5), SMMM (6), SMMM (9), SMMM (16), SMMM (17), SMMM (11), SMMM (12), SMMM (13), SMMM (14), SMMM (15), YMM (20), YMM (22), YMM (23).

ama şeyde tabii mevzuatta bu emanet bir para. O emanet parayı cebinde tutmanın derdine düşmüş mükellefler olabiliyor. Onun dışında da kanunen kabul edilmeyen giderlere atılan, kendi şahsi ve ailesine ait harcamalar oluyor mesela mükelleflerin. Onların hepsini şirkete fatura kesebiliyorlar. Kurumlar Vergisinden geçici vergiden düşürmek için. Onlar sıkıntı oluyor. (...) (08.05.2017)

YMM (22) ise, YMM (6)'nın yukarıdaki görüşüne benzer bir görüş bildirerek vergisel sorunların mükelleften kaynaklandığını, ayrıca mükellefin işine geldiği gibi işlemleri yaptığını ve işlemleri vergi mevzuatına uygun haline getirme kısmını ise muhasebe meslek mensubuna bıraktığını şu şekilde ifade etmiştir:

YMM (22): (...) Vergi sorununun esas mükelleften kaynaklanır. Çünkü o birçok şeyi aslında muhasebeye gelmeden önce bitirmiştir. Açıktan mal alıp satacaksa onu yapmıştır. Kayıt kısmını meslek mensubu arkadaşımıza verir. (...) (20.06.2017)

Elde edilen bulgular;

- Vergi sorunlarının nedeninin mevzuattaki sık sık değişimlerden kaynaklandığını,
- Vergi mevzuatının açık olmadığını ve
- Temel sorunun mükelleflerin vergi konusunda bilgi sahibi olmamasından kaynaklandığını, diğer taraftan ise mükelleflerin kendi işlerine nasıl geliyorsa öyle bir davranış biçimi de geliştirebildiklerini göstermektedir.

Sonuç olarak muhasebe meslek mensupları her ne kadar vergi sorunlarının sebebinin mevzuatın açık olmaması ve mevzuatın sık sık değişiyor olmasına bağlasa da temel sıkıntının daha çok mükelleften kaynaklandığını belirtmiştir. Mükellef tarafından kaynaklanan sorunların temelini vergi konusundaki bilgisizliğe dayandığı ve ayrıca mükelleflerin işlerini yasal prosedürleri önemsemeyip kendi bildikleri gibi yaptıkları da ifade edilmiştir.

Çözüm Önerileri

Görüşme yapılan muhasebe meslek mensuplarının hepsi mükelleflerin vergisel sorunla karşılaştığında ya da vergi cezası aldığı zaman neler önerdiklerine ilişkin görüş bildirmiştir.

SMMM (1), mükelleflerinin vergi sorunuyla karşılaşmaması için önceden olabildiğince önlem aldığını ve mükelleflerini uyardığını eğer bir cezaya maruz kalındıysa sorunun tespitinin önemini ve çözüm önerisini ise şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (1): (...) Vergi cezası almaması için neler yapması gerektiğini anlatıyorum demiştim. Bir mükellef neden vergi incelemesine girer, onları kendilerine izah ediyoruz. Vergi incelemesine girip cezai işleme maruz kaldıysa tabii burada öncelikle kendimize soruyoruz çünkü acaba muhasebe iş ve işlemlerinde bir hata yaptık da bundan dolayı mı ceza kesildi, yoksa biz mükellefe izah ettiğimiz halde mükellef ödevini yerine getirmedi bundan dolayı mı ceza kesildi. Bunun ayrımını yapmamız çok önemli. Bizden kaynaklıysa zaten ben kendimi o konuda yetersiz kalma konusunda bilgi takviyesi yapıyorum. Ama mükellefte bir sıkıntı varsa tekrar kendisine o doğrultuda neler yapılması gerektiğini hem işletmede birebir çalışan personele hem de mükellefe anlatıyoruz böyle böyle diye bire bir izah ediyoruz. (...) (02.12.2016)

SMMM (11) ise cezalandırma işlemini, eylem ortaya çıktıktan sonra çözüm önerilerini şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (11): (...) Yapılabilecek neler varsa onları yapmaya çalışıyorsunuz. İşte vergi incelemesinde uzlaşma yoluna gitmemiz gerekiyorsa uzlaşma yoluna gidiyoruz. Uzlaşma talep ediyoruz. Tarhiyat öncesi tarhiyat sonrası uzlaşma. Emsal karar varsa dava açılması gerekiyorsa dava açtıklarımız var. Dava yoluna gidebiliyoruz. Veya işte taksitlendirilmesi gerekiyorsa ödenmesi gerekiyorsa o tür bir işlem yapıyoruz. (...) (12.05.2017)

SMMM (12) ise mükelleften ya da kendisinden kaynaklı herhangi vergisel bir sorunla karşılaştığında hangi durumda daha fazla fayda sağlayacağını çevresinden fikir alarak değerlendirdiğini ve ona göre bir çözüm önerisi sunduğunu ayrıca mükelleflerine verdiği tavsiyeleri şu şekilde izah etmiştir:

SMMM (12): (...) Araştırma yapıyoruz işte gruplardan paylaşımlarla nasıl bir çözüme ulaşabiliriz. Başlarına gelen arkadaşlarımız var mı, bunu nasıl bir yolla şey yapılmış ona göre hareket ediyoruz. Mükellef ne derecede hasar az görürse ona göre değerlendiriyoruz. (...)

(...) Bizden kaynaklanıyorsa onu da aynı şekilde araştırıyoruz ve biz ödüyoruz. (...)

(...) Mükelleflere o cezaları bir daha yapmamalarını naylon faturalarla veya değişik şeylerle uğraşmamalarını tavsiye ediyoruz. Yani mesela kâr çok çıkıyor vatandaş diyor ki fatura bulalım. Buluyorlar gidiyorlar o faturayı yüzde 3 yüzde 5 KDV ödüyorlar. Sonra Maliye yakaladığı zaman yüzde 18 alıyor üzerine bir ceza alıyor. (...) (30.05.2017)

SMMM (12)'nin yukarıdaki söyleminden aslında mükelleflerin muhasebe meslek mensubunun tavsiyelerini ciddiye almadıklarını dolayısıyla meslek mensubunun burada bir fonksiyonunun olmadığını ve mükellefin kendi bildiğini yaptığı anlaşılmaktadır.

SMMM (14) ise, herhangi bir cezaya maruz kalma ihtimaline karşı mesleki sorumluluk sigortası yaptırdığını şu şekilde izah etmiştir:

SMMM (14): (...) Hatadan kaynaklı birtakım sorunlar oluşabilir. Yani işte orada 100 yazıyordur da siz sifira bir tane eksik basmışsınızdır 10 yazmışsınızdır. Bu mukabil vergi sorunları yaşayabiliriz. Devlet diyor ki arkadaşım yani zaten bu olaylar kaçakçılık suçlarını bağlamıyor. Hatadan oluşan birtakım yanlışlar söz konusuysa bunları ortadan kaldırmanızı sağlayacak bir durum. Yani böyle bir sigorta poliçesi satın almak istiyorsanız sizin bileceğiniz iş. Yani mesleki sorumluluk sigortası yaptırıyorum. (...) (05.08.2017)

Elde edilen bulgular;

- Vergisel sorun çıkmaması için mükellefin daha önce uyarıldığını,
- Diğer taraftan muhasebe meslek mensubunun uyarılarını dikkate almayan mükelleflerin de olduğunu,
- Eğer mükellef cezaya maruz kaldıysa durumun elverdiği ölçüde yasal çözüm yollarına başvurulduğunu,

- Vergisel sorunun kaynağının belirlenmesi noktasında, eğer sorun muhasebe meslek mensubundan kaynaklanıyorsa meslek mensubunun bu sorumluluğu üstlenerek cezayı ödeyebildiğini,
- Diğer taraftan süreç içerisinde muhasebe meslek mensuplarının aslında sorun olabilecek durumları görebildiğini, böyle bir durumda ise ya bu sürecin parçası olduğunu ya da sessiz kaldığını göstermektedir.

Sonuç olarak muhasebe meslek mensuplarının vergisel sorun çıkmadan önce mükellefi uyardıklarını, mükellef eğer ceza almış ise durumun izin verdiği ölçüde optimal fayda sağlayacak çözüm yollarına başvurduklarını göstermektedir. Bu çözüm yolları ise; dava açmak, uzlaşmaya başvurmak, pişmanlıkla dilekçe vermek, vergi affından yararlandırmak, cezalarda indirimden faydalanmak vb. şeklinde sıralanabilir. Eğer vergisel sorun muhasebe meslek mensubunun kendisinden kaynaklanıyor ise bu cezayı üstlenip ödeyebildikleri ifade edilmiştir. Muhasebe meslek mensuplarından sadece 1'i¹⁰ ise yüksek tutarlı bir cezaya maruz kalma ihtimaline karşın mesleki sorumluluk sigortası yaptırdığını ifade etmiştir.

Cezalar ve Cezaların Fonksiyonu

Görüşme yapılan muhasebe meslek mensuplarının hepsi cezalar ya da cezaların fonksiyonu konularında görüş bildirmiştir. Muhasebe meslek mensuplarından 12'si¹¹ vergi uyumunun artırılmasında vergi cezalarının etkili olmadığını belirtirken, 11'i¹² ise vergi uyumunun artırılmasında vergi cezalarının kısmen etkili olduğunu belirtmiştir. 8¹³ muhasebe meslek mensubu ise özellikle bazı cezaların miktar itibarıyla çok fazla olduğunu ifade etmiştir.

SMMM (15), mevcut yasada yer alan birtakım uygulamalardan dolayı cezaların işlevinin olmadığını şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (15): (...) Cezaların hiçbir fonksiyonu yok. Yok, çünkü neden, vergi cezalarında şu var vergi cezaları uygulanıyor ama uzlaşma komisyonları artı 376'ncı madde cezada indirim maddeleri uygulanıyor. Bunları uyguladığı zaman zaten cezanın bir anlamı kalmıyor. (...) **(31.05.2017)**

SMMM (16) ise vergi uyumunun artırılmasında cezaların fonksiyonunun mükellef grubuna göre değişebileceğini şu şekilde ifade etmiştir:

SMMM (16): (...) Kişiyeye bağlı kimisi zaten dersini alacağı dersi alabiliyor. Kimisi de zaten işin sonucuna kadar bizden iyi biliyor. (...)

(...) Yani onu düzgün yapmakla ne kadar maliyete katlanacak, incelenip ceza kesildiğinde ne kadar ceza kesilecek, hangisinin kârlı olup olmadığını uzlaşmaya girince sonucunun ne olacağını yani o yola girmiş insan zaten onları düşünüyor. (...) **(06.06.2017)**

¹⁰ SMMM (14).

¹¹ SMMM (1), YMM (4), SMMM (5), SMMM (7), SMMM (8), SMMM (10), SMMM (11), SMMM (13), SMMM (14), SMMM (15), YMM (20), YMM (23).

¹² YMM (3), SMMM (6), SMMM (9), SMMM (16), SMMM (17), SMMM (18), SMMM (19), YMM (21), YMM (22), SMMM (24), YMM (25).

¹³ SMMM (2), SMMM (5), SMMM (8), SMMM (9), SMMM (12), SMMM (17), SMMM (18), YMM (22).

Diğer taraftan SMMM (11)'in vergi uyumunun artırılmasında cezalardan ziyade öncelikle vergi mükelleflerinin bilinçlendirilmesi gerektiğini örneklendirerek ifade ettiği "...İnsanları düzeltmek için cezayı kullanmak çok doğru bir yöntem değil. Yani önemli olan cezayla düzeltmek değil. Yani o şeyin yanlışlığını veya yapması gerektiğini o kişiye anlatmanız lazım. Yani şimdi örnek veriyorum siz işte emniyet kemeri takmanın şeyini yolunu ceza kesmekte görürseniz yani polis görünce takar. Ama işte o insana emniyet kemerinin aslında takıldığında kendisine nasıl bir fayda, çevresine nasıl bir fayda sağlayacağını anlatabilirdeniz o zaman faydalı olur..." şeklindeki görüşü ile SMMM (13)'ün "...İlk önce insanları bilinçlendirmek gerekiyor. Yani bilinçlendirme de ta küçükten başlıyor öyle sonradan olan bir şey değil aslında. Yani bir ticaretin ne olduğunu küçük yaşta anlatmak gerekiyor..." şeklindeki görüşü birbirini destekler nitelikteki bulgulardır. Elde edilen bulgular;

- Muhasebe meslek mensuplarının bir kısmı vergi uyumunun sağlanmasında cezaların etkili olmadığını, bir kısmı da cezaların kısmen etkili olduğunu ifade etmiştir.
- Mevcut sistemde yer alan uzlaşma, cezalarda indirim gibi uygulamaların cezaların işlerliğini yitirmesine neden olduğunu,
- Mükellefin cezaya olan algısının da önem teşkil ettiğini çünkü ceza bir kısım mükellef grubu için caydırıcı olabilecekken bir kısım mükellef için de cezanın bir anlam ifade etmediğini ve
- Vergi uyumunun sağlanması için cezadan ziyade öncelikle mükelleflerin bilinçlendirilmesi için eğitim programlarının gerekli olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak vergi uyumunun artırılmasında vergi cezalarının etkili olmadığı ya da kısmen etkili olduğu tespit edilmiştir. Vergi uyumunun sağlanmasında cezaların bir noktaya kadar etkili olduğu, buna karşın öncelikli olarak toplumda vergi bilincinin artırılmasına yönelik tedbirlerin alınmasının sorunların çözümünde daha etkin olabileceği tespit edilmiştir.

Edinilen Tecrübeler

Görüşme yapılan muhasebe meslek mensuplarından 20'si¹⁴ daha önce yaşadıkları tecrübelerin sonraki vergi sorunlarına ne şekilde yansıdığı konusunda görüş bildirmiştir.

SMMM (11), bu konudaki görüşünü sürekli yasa dışı girişimlerde bulunan mükelleflerin cezaya maruz kalmalarının kendilerinin mükellefleri ikaz etmelerinden daha etkili olduğunu şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (11): (...) Mükellef bazı şeyleri ceza yemeden uygulamıyor maalesef ki. İlla yani bir şekilde bir şeylerden ağzı yanacak ki ancak o zaman izah edebiliyoruz. Yani anlatamıyoruz mesela işte piyasadaki naylon fatura kullanımını izah edemiyoruz. (...)

(...) Tabii o ceza deneyimini bir yaşaması gerekiyor çoğunun. Yani dolayısıyla tabii onu yaşadktan sonra da sonraki bakış açısı değişiyor. (...) (12.05.2017)

¹⁴ SMMM (2), YMM (3), YMM (4), SMMM (5), SMMM (6), SMMM (9), SMMM (11), SMMM (12), SMMM (13), SMMM (14), SMMM (15), SMMM (16), SMMM (17), SMMM (18), SMMM (19), YMM (20), YMM (21), YMM (22), YMM (23), SMMM (24).

SMMM (5)'in "...Mükelleflerin illa ki bir başına gelecek, vergi incelemesi veya benzeri bir şeyle karşılaşacaklar. Bir ders alacaklar. Ondan sonra bizim sözüme tekrar gelecekler..." şeklindeki söylemi ile YMM (22)'nin "...Vergi ödevini yerine getirmeyen insan bir travma yaşar. Travmadan her zaman ders çıkarılır... Vergi cezası yiyen mükellefler bir daha tedirgin olur ve bundan ders alırlar çıkarırlar..." şeklindeki söylemi, SMMM (11)'in yukarıdaki görüşünü destekler nitelikteki bulgulardır.

SMMM (14), vergi idaresinin dürüst mükelleflere bakış açısının farklı olduğunu, olumsuz bir durum yaşandığında bunun hata olabileceği varsayımından hareket ettiklerini dolayısıyla olumlu tecrübelerin verginin tarafları arasındaki ilişkilere de yansıdığını şu şekilde izah etmiştir: **SMMM (14):** (...) Bir konu hakkındaki hızlı çözümünüz, aktif tutumunuz, doğru yaklaşımınız mutlaka idare nezdinde evet bu mükellef düzgün mükelleftir, hani bir şey varsa bile bu bir hatadır ve bunu aktardığımızda mutlaka yasal anlamda giderilecektir fikri var. Oluşturmaya çalıştığımızda budur yani biz ne kadar doğru düzgün, düzenli güvenilir dürüst bir çalışma yaparsak bizim ilişkide olduğumuz devlet kurumlarıdır, Odalardır, Ticaret Odasıdır, ne bileyim Ticaret Borsasıdır kim varsa ilişkide olduğumuz insanlar, bu etkileşimden mutlaka etkileniyorlar. Yani bu davranış tutumları onları da ekiliyor. İlişkiler de bu anlamda daha samimi sıcak dürüst gerçekleşiyor. (...) (31.05.2017)

SMMM (15) ise devlet tarafından getirilen matrah artırımını gibi bir takım uygulamaların, yaptırımların caydırıcılığını azalttığını ve bu durumun vergi uyumsuzluğunu artırdığını şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (15): (...) Her 5 yılda bir ülkemizde matrah artırmak suretiyle bütün suçlu insanlar yani hapisten kurtulur dışarıya çıkarlar. Öyle diyelim yani olaya öyle bakmak lazım. Tabii insanlara sürekli bunu yaptığımız takdirde biz de müşteriyle iletişime geçerken işte bunu soruyor, nasılsa 5 yıl sonra vergi matrahı artırımını olur o zaman diyor. (...)

(...) Vergi ödememek için veya vergiden kaçınma, vergi kaçırma gibi bütün isteklerini daha da artırıyor şu anda. (...) (31.05.2017)

Elde edilen bulgular;

- Muhasebe meslek mensuplarının uyarılarının çoğu kez dikkate alınmadığını,
- Mükelleflerin özellikle cezaya maruz kaldığında bu durumun sonraki sorunların oluşumunu engelleyebildiğini ve vergi karşısındaki tutumlarının değişebildiğini,
- Deneyimlenen olumsuz tecrübelerden, alınan cezalardan ders çıkarılabildiği, bunun vergi uyumunu artırmada olumlu bir etki oluşturabildiğini,
- Vergisini düzenli olarak ödeyen mükellef için ise vergi dairesinin o mükellef için olumlu bir bakış açısı geliştirebildiği, aynı mükellefin yasaya aykırı eylemlerinde idare mükellef hakkında olumlu görüşe sahip olduğundan, idarenin bu eylemleri kabul edilebilir bir hata olarak değerlendirebileceğini ve
- Vergi sisteminde yer alan matrah artırımını gibi uygulamaların mükellefin bakış açısını değiştirebildiğini, yaptırımların caydırıcılığını azalttığını ve bu durumun vergi uyumunu azaltabildiğini göstermektedir.

Sonuç olarak muhasebe meslek mensuplarının mükellefleri vergi ödevlerinin olması gerektiği gibi yapılması noktasında yönlendirdikleri ve uyarıda buldukları ancak bu uyarıların mükellefler üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir. Mükelleflerin ancak cezaya maruz kaldığında durumun ciddiyetini anladıkları ve bu durumdan ders çıkarabildikleri görülmektedir. Diğer taraftan deneyimlenen olumsuz tecrübelerin bir sonraki vergi uyumsuzluğunu engelleyebileceği gibi, iyi tecrübelerin ise verginin tarafları arasındaki ilişkileri olumlu etkileyebileceği ortaya çıkmıştır. Ayrıca vergi sistemindeki matrah artırımını gibi uygulamaların cezaların caydırıcılığını azalttığını, dolayısıyla vergi uyumu üzerinde olumsuz etki oluşturduğu tespit edilmiştir.

Etik ve Ahlakî Sorunlar

Görüşme yapılan muhasebe meslek mensuplarının 23'ü¹⁵ mesleklerini icra ederken yaşamış oldukları etik ve ahlakî sorunlardan bahsetmiştir. Her ne kadar meslek etiğinin gereklerine uygun davrandıkları yönünde görüş bildiren muhasebe meslek mensupları olsa da söylenen bu durumun gerçeği yansıtmadığı aşağıdaki dikkat çekici verilerden anlaşılmaktadır.

SMMM (6), meslek etiğinin gerekleri ile mükellef talepleri arasında bir uyumsuzluk çıktığında tercihini mükellefin talebi yönünde kullandığını şu şekilde açıklamıştır:

SMMM (6): (...) Genel anlamda yüzde 90 mükellefin beklentisi doğrultusunda oluyor ama çok da doğru bir şey değil tabii ki. Ama piyasa maalesef ki bunu götürüyor. Çünkü dışarıda 150, 200 liraya hesap tutan firmalar var. Mali müşavirler var. Onlarla rekabet etmeniz gerekiyor. Orada etik metik kalmıyor yani zaten etik başta gitmiş 150, 200 liraya defter tutan mali müşavir veya kiralık ruhsat kullanan kişiye ben mesleki etik açısından davranırsam olmaz. (...) (08.05.2017)

SMMM (8)'in "...Açık konuşmak gerekirse piyasa belirliyor. Dolayısıyla müşterinin dediği oluyor, mümkün merteye. Çünkü serbest meslek adı üzerinde, dolayısıyla bu şartlara uymanız gerekiyor..." şeklindeki görüşü, SMMM (6)'nın yukarıdaki görüşünü destekler nitelikte bir bulgudur. Dolayısıyla bu söylemlerden muhasebe meslek mensuplarının piyasada var olabilmek ve yeterince kazanç elde edebilmek için mükelleflerin taleplerini göz ardı edemediklerini dolayısıyla bu noktada etik ve ahlakî sorunların oluşumuna da sebebiyet verdikleri sonucu çıkartılabilir.

YMM (22) ise mesleklerinde haksız rekabetin özellikle serbest muhasebeci mali müşavirler arasında fazla olduğunu belirtmiş ve bu durumu ise sayılarının fazla olmasına bağlamıştır. Ayrıca büyük denetim şirketlerinin de bu duruma ortak olduğunu belirten katılımcı, haksız rekabetin olduğu yerde meslek etiğinin olmayacağını şu şekilde açıklamıştır:

YMM (22): (...) Serbest mali müşavirlerin sayılarının fazla olması nedeniyle bunlar ücret yönüyle haksız rekabet yapıyorlar. Hat safhada yapıyorlar. Haksız rekabetin olduğu yerde etik olmaz. Toplumsal bir yaradır. Mesleği yok eder. Mesleğin saygınlığını duyarlılığını mükellefle yani müşterilerle olan ilişkilerini

¹⁵ SMMM (1), YMM (3), SMMM (5), SMMM (6), SMMM (7), SMMM (8), SMMM (9), SMMM (10), SMMM (11), SMMM (12), SMMM (13), SMMM (14), SMMM (15), SMMM (16), SMMM (17), SMMM (18), SMMM (19), YMM (20), YMM (21), YMM (22), YMM (23), SMMM (24), YMM (25).

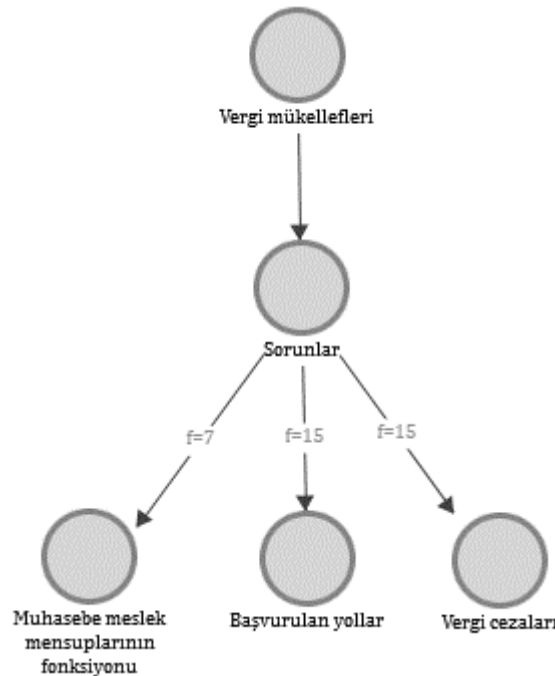
zedeler. Maalesef bu noktadayız. Yeminli mali müşavirler açısından 4 büyükler 5 büyükler dediğimiz firmalar vardır. Bunlar yabancı partnerlerle çalışırlar. İsimleri bellidir. Ve bunlar asgari ücret tarifemizin çok altında yarısına 3'te 1'ine iş alıp arkadaşlarının ekmeleklerini elinden almaktadırlar. (...) (20.06.2017)
Elde edilen bulgular;

- Meslek etiğinin gerekleri ile mükellef talepleri arasında bir uyumsuzluk çıktığında tercihini mükellefin talebinden yana kullandığını ifade eden muhasebe meslek mensuplarının olduğunu,
- Bu durumun ise etik ve ahlakî sorunlara sebebiyet verdiğini,
- Haksız rekabet ortamının oluştuğunu belirten muhasebe meslek mensuplarının sayıca fazla olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak meslek etiği kurallarının ihlal edildiği ve özellikle asgari ücret tarifesinin altında hizmet veren muhasebe meslek mensuplarının olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan ücretini mükelleften alan muhasebe meslek mensubunun piyasa şartlarına uyum sağlayarak mükellefin talebini gerçekleştirme noktasında kendilerini zorunlu hissettiklerini belirten muhasebe meslek mensuplarının olduğu görülmektedir.

Vergi Mükelleflerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Vergi mükellefleri ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler doğrultusunda yine “Sorunlar” adlı ana temaya ulaşılmıştır. Bu ana temadan ise “Muhasebe meslek mensuplarının fonksiyonu”, “Başvurulan yollar” ve “Vergi cezaları” olmak üzere üç alt temaya daha ulaşılmıştır. İlgili temaların frekans dağılımı¹⁶ aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmıştır.



Şekil 2. Vergi Mükellefleri Açısından “Sorunlar” Adlı Ana Tema ve Alt Temalar

¹⁶Frekans dağılımı, vergi mükelleflerinin görüşlerinin sayısını ifade etmektedir.

Muhasebe Meslek Mensuplarının Fonksiyonu

Görüşme yapılan vergi mükelleflerinin 7'si¹⁷ vergisel sorun karşısında muhasebe meslek mensuplarının fonksiyonunun nasıl olduğu ya da olabileceği konusunda görüş bildirmiştir.

Mükellef (1) eğer bir vergisel sorunla karşılaşıyorsa muhasebe meslek mensubunun ona destek olacağını düşündüğünü “...Hiç karşılaşmadım ama bana destek olacağını, yardımcı olacağını kesinlikle zannediyorum...” şeklinde ifade etmiştir.

Dava konusu bir işlemin varlığı halinde ise Mükellef (8)'in “...Mali müşavir elinden geldiği kadar destek oluyor. Tabii bu desteğin dışında da hukuki yönlerine de avukat lazım...” şeklinde ifade ettiği görüşü ile Mükellef (2)'nin ise “...Konuyla ilgili bir avukat olması lazım. Çünkü özel branşlar...” şeklinde ifade ettiği görüşü birbirine benzer nitelikte bulgulardır.

Diğer taraftan vergisel sorunla başa çıkma konusunda muhasebe meslek mensuplarına ihtiyaç duyduğunu ifade eden Mükellef (4), bu sorunun kendisinden kaynaklandığını, vergi ödememek için sahte faturayı meslek mensubuna işlettirdiğini şu şekilde açıklamıştır:

Mükellef (4): (...) Burada onların desteği olmadan zaten ben dâhil hiçbir mükellef doğru ilerleyemez. (...)

(...) Belki ben biliyorum onun naylon olduğunu, alıyorum işlettiriyorum yok yok naylon değil diye. Bunu biliyorsunuz kâğıt altı üstü. E-fatura sistemiyle düzenliyoruz biraz da. Zaten bundan kaçmak maksat. (...)

(...) Aslında onlar olmadan biz vergi dairesiyle hiçbir şekilde başa çıkamayız. (...) (19.06.2017)

Elde edilen bulgular;

- Vergisel bir sorun karşısında muhasebe meslek mensuplarının kendilerine destek olduğunu ve kendilerini yönlendirdiklerini ifade eden vergi mükelleflerinin olduğunu,
- Mükellefler eğer dava konusu bir işlem varsa bu noktada özel branş gerektirdiği için avukata ihtiyaç duyulabildiğini ve
- Ticari hayatta olağan kabul edilebilen ancak vergi mevzuatına aykırılık teşkil eden ve cezalandırma gibi sorun çıkabilecek durumlarda, mükellefleri muhasebe meslek mensuplarının kurtardığını göstermektedir.

Sonuç olarak vergisel bir sorun karşısında muhasebe meslek mensuplarının fonksiyonunun önemli olduğu tespit edilmiştir. Muhasebe meslek mensupları mükellefleri yönlendirerek ve onlara destek olarak vergisel sorun yaşamalarına engel olabilmektedir. Diğer taraftan bir vergi mükellefinin de ifade ettiği gibi yasa dışı bir eylemde bulunduğu da vergi mükellefinin muhasebe meslek mensubunu kendisine destekçi olarak gördüğü tespit edilmiştir.

Başvurulan Yollar

Kendileriyle görüşme yapılan vergi mükelleflerinin hepsi vergisel bir sorun karşısında hangi yollara başvurduklarına ilişkin görüş bildirmiştir.

¹⁷ Mükellef (1), Mükellef (2), Mükellef (4), Mükellef (6), Mükellef (7), Mükellef (8), Mükellef (9).

Mükellef (15), matrah artırımında önceden bir defa bulduklarını ancak şu anda para kazanamadığı için matrah artırımında bulunamadıklarını şu şekilde açıklamıştır:

Mükellef (15): (...) Herhalde bir sefer bulduk galiba. Zaten bizim rakamlar yüksek. Şimdi eskiden matrah artırımını yapıyorduk. Şimdi stokçuluk bitti. Niye artıracaksın ki mobilya sektörü 2000 yılından bu yana, eskiden para kazandık. Şimdi yüzde 10'u yakalasanız oynarım. Sıkıntı burada. Matrahı nasıl artıracaksın. (...) (05.08.2017)

Diğer taraftan Mükellef (2) ise, pişmanlıkla beyanname verdiklerini bunun nedeninin ise Ba/Bs formlarında yanlışlıkla yapılan bir hatadan kaynaklandığını şu şekilde açıklamıştır:

Mükellef (2): (...) Pişmanlıkla beyanname verdik. Nasıl verdik, sehven yapılan bir hata vardı onlarla ilgili bir beyanname verildi ama çok basit bir olaydı. BA/BS ile ilgili bir beyandı. (...) (01.06.2017)

Elde edilen bulgular;

- Mükelleflerin vergisel sorunla karşı karşıya kaldıklarında vergi sisteminde yer alan yasal yollara başvurduklarını göstermektedir.

Sonuç olarak vergi mükelleflerinin pişmanlıkla beyanname verdikleri, cezalarda indirimden ve vergi aflarından yararlandıkları, uzlaşma talebinde ve matrah artırımında buldukları tespit edilmiştir. Mükelleflerin yasal imkânların teknik detaylarından çok haberdar olmamakla birlikte muhasebe meslek mensupları vasıtasıyla bu tür başvuru yollarından yararlanılabildiği görülmektedir. Diğer taraftan mükelleflerin görüşlerini ifade ederken *galiba*, *herhalde*, *tam detaylı bilmiyorum* gibi kelimeleri sıklıkla kullandıkları görülmektedir. Bu durumun nedeni ise mükelleflerin muhasebe meslek mensuplarınca bilgilendirildiği, ilgili konulara mükelleflerin hâkim olmadıkları olabilir.

Vergi Cezaları

Görüşme yapılan vergi mükelleflerinin hepsi vergi cezası alıp almadıkları ya da cezai yaptırımların caydırıcılığı hakkında görüş bildirmiştir. Mükelleflerin hepsi büyük meblağ içeren vergi cezalarına maruz kalmadıklarını belirtmişlerdir. Cezaların caydırıcılığı konusunda mükellefler arasında görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Mükelleflerden 7'si¹⁸ vergi cezalarının caydırıcılık yönünün olduğunu ifade ederken, 2'si¹⁹ caydırıcılık yönünün olmadığını ifade etmiş, 3'ü²⁰ ise caydırıcılık yönünün kişiye göre değişebileceğini ifade etmiştir.

Vergi cezası almadığı aynı zamanda cezaların caydırıcı yönünün olduğu yönünde görüş bildiren Mükellef (11), ceza almamasının nedenini iyi bir muhasebe meslek mensubuyla çalışıyor olmasından kaynaklandığını ayrıca ceza almadığı içinde cezaların miktar itibarıyla fazla olup olmadığı konusunda bilgi sahibi olmadığını ancak bu konuyla ilgili çevreden duyduklarını şu ifadelerle açıklamıştır:

¹⁸ Mükellef (4), Mükellef (5), Mükellef (6), Mükellef (7), Mükellef (8), Mükellef (9), Mükellef (11).

¹⁹ Mükellef (13), Mükellef (14).

²⁰ Mükellef (2), Mükellef (10), Mükellef (15).

Mükellef (11): (...) Herhangi bir cezai bir durumumuz olmadı incelemede. (...)

(...) Şimdi mali müşavir tabii size bir yol gösteriyor. Bu yolu izleyin diyor. O yol tabii siz bu yoldan dışarı da çıkabilirsiniz paralel de gidebilirsiniz o yola ya da zikzak da çizebilirsiniz o yolda. O yolun üzerinden de gidebilirsiniz. Şimdi doğru olan bu, bu yoldan gideceksin diyor. Farklı yollara saparsan diyor ceza işlemleri uygulanabilir bir denetim sırasında diyor. Biz de hiç yolumuzu saptırmadan o söylenmiş olan yolda ilerlemeye çalışıyoruz. (...)

(...) Ceza almadığım içinde tam da bilmiyorum açıkçası hani cezai yaptırımların ne kadar olduğunu. Ama mutlaka, çünkü zaman zaman duyduğum kadarıyla çevremizdeki insanlardan ceza alanlar, cezai yaptırımlarla karşılaşanlar yüklü miktarda ceza ödediklerini söylüyorlar. (...) (04.08.2017)

Diğer taraftan vergi cezalarının caydırıcı olmadığı yönünde görüş bildiren Mükellef (13) ise, devletin mükelleflere korku aşılamaktan ziyade güven ortamının oluşmasını sağlaması gerektiğini güzel bir örnek vererek şu şekilde açıklamıştır:

Mükellef (13): (...) Cezayla bir mesele hallolmuyor. Yani yine o bilinçlendirme lazım yani bizim kendimize, ben size bir şey anlatayım. Allah rahmet eylesin lisede öğretmenimiz vardı. Kulakları sağırdı tamamen sağırdı ama kulaklık takıyordu. Edebiyat dersimize geliyordu. Biz Fen bölümündeydik çok önemli değildi ama ilk imtihanı da o yaptı bize liseye başladığımızda. Dedi ki evlatlarım dedi bu kulaklık benim kimyayı çok bozuyor dedi. Şimdi ben size soruları soracağım, o zaman hep klasik sorular vardı. Yazdırdı işte soruları. Şimdi dedi bu kulaklığı çıkarıyorum evlatlarım dedi. Beni suiistimal etmeyeceğinizi çok iyi biliyorum dedi. İçimizde bir kişi suiistimal etti 40, 45 kişilik sınıfta. Hiç kimse şey yapmadı bakın. Bunu verdiğiniz zaman o işte en büyük sermaye bu olacak yani. Var ya benim aldığım öğretmenlerim içinde en büyük ders buydu. Bana adamsın diyor sana güveniyorum diyor insansın diyor. (...) (04.08.2017)

Elde edilen bulgular;

- Vergi mükelleflerinin büyük meblağ içeren vergi cezası almadıklarını,
- Bunun nedenini iyi bir meslek mensubuna sahip olmasına bağlayan vergi mükelleflerinin olduğunu,
- Bazı mükelleflerin vergi cezalarının caydırıcılık yönünün olduğunu belirttiği,
- Bazılarının vergi cezalarının caydırıcılık yönünün olmadığını belirttiği ve
- Devletin vergi mükelleflerine korku aşılamaktan ziyade güven ortamı oluşması için çaba sarf etmesi gerektiğini,
- Bazı mükellefler için ise vergi cezalarının caydırıcılık yönünün kişiden kişiye göre değişebileceğinin belirtildiği görülmektedir.

Sonuç olarak mükelleflerin büyük meblağ içeren cezalara maruz kalmadıkları görülmüştür. Ayrıca mükellefler cezaya maruz kalmadıkları için cezaların miktar itibarıyla fazla olup olmadığı konusunda çok fazla bilgi sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Ancak çevreden cezaların fazla olduğu yönünde duyular aldığını söyleyen mükellefler de bulunmaktadır. Vergi cezalarının caydırıcı olup olmadığı konusunda ise görüş farklılığı bulunmakla birlikte, caydırıcı olduğu yönünde görüş bildiren mükelleflerin sayıca fazla olduğu görülmektedir. Vergi

cezalarının caydırıcılık yönünün olmadığını belirten mükellefler ise devletin korku aşılaktan ziyade güven ortamının oluşması için çaba sarf etmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Değerlendirme ve Sonuç

Muhasebe meslek mensupları ile mükelleflerin karşılaştıkları sorunlar karşısında muhasebe meslek mensuplarının bu sorun karşısındaki tutumu ve çözüm önerilerinin vergi uyumu üzerindeki etkisi önemlidir. Bu durumun tespitine ilişkin değerlendirmeler şu şekildedir.

Mevzuatın açık olmaması her ne kadar vergisel sorunlara sebebiyet verse de temel sıkıntının mükelleften kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Mükelleflerin bilgisizliğinden ya da vergi kaçırma amacıyla hareket ettiğinden vergisel sorunlar ortaya çıkmaktadır. Mükellef burada muhasebe meslek mensubu sürece dâhil olmadan önce tüm yasa dışı işlemleri yapabilmektedir. Muhasebe meslek mensubu ücretini mükelleften aldığı için yapılan bu işlemleri bir şekilde yasaya uydurabilmektedir. Mükellef zaten bunu beklemekte, ücret karşılığı alacağı hizmetin bunu kapsadığı düşüncesindedir.

Elde edilen bulgular her ne kadar muhasebe meslek mensuplarının bir sorun ortaya çıkmadan mükellefleri vergi ödevlerinin olması gerektiği gibi yapılması noktasında yönlendirdikleri ve uyarıda buldukları yönünde ise de burada mükelleflerin muhasebe meslek mensuplarının tavsiyelerini ciddiye almadıkları tespit edilmiştir. Mükellefler ancak bir cezaya maruz kaldığında ya da denetime girdiğinde bu durumun ciddiyetini anlamaktadırlar.

Vergi uyumunun sağlanmasında vergi cezalarının etkinliği ise tartışmalıdır. Vergi kaçırma amacıyla hareket eden mükellef grubu için cezalar etkin değildir. Çünkü bu mükellefler her türlü olası durumu düşünerek hareket etmektedirler. Diğer taraftan vergisini düzenli olarak ödeyen mükellef grubunda mevcut sistemde yer alan birtakım uygulamaların dürüst mükellefleri cezalandırdığı düşüncesi hâkimdir.

Mükellefler vergisel bir sorun karşısında muhasebe meslek mensuplarının kendilerine destek olduklarını ancak sorun vergi mahkemesine taşınacaksa bu noktada avukata ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Muhasebe meslek mensuplarının buradaki fonksiyonu vergi uyumu açısından önem teşkil etmektedir. Daha sonra sorun oluşturabilecek durumlara karşı mükellefleri uyaran, sorunla karşı karşıya kalındığında ise onları yönlendiren muhasebe meslek mensuplarının vergi uyumunun sağlanmasında olumlu katkıları olabilecektir. Diğer taraftan sorun karşısında çözüm bulan muhasebe meslek mensuplarının olması mükellefler de bir sorun çıktığında muhasebe meslek mensubumuz nasıl olsa halleder şeklinde bir algının gelişmesine de neden olabilir. Bu durum ise vergi uyumunun sağlanmasını zorlaştıracaktır.

Mükelleflerin karşılaştıkları sorunlar karşısında muhasebe meslek mensuplarının fonksiyonu bilinçli mükellef ve vergi kaçırma güdüsüyle hareket eden mükellefe göre değişiklik göstermektedir. Bilinçli mükellef ile çalışan muhasebe meslek mensubunun sorun karşısında sunduğu çözüm önerileri mükellefleri vergi ödeme konusunda daha istekli hale getirebilir. Diğer taraftan vergi kaçırma güdüsüyle hareket eden mükellef üzerinde muhasebe meslek

mensubunun bir fonksiyonu olamamakta dolayısıyla vergi ödeme konusunda zaten isteksiz olan bu mükellef vergi karşısında aynı davranışını sürdürmeye devam etmektedir.

Sonuç olarak vergi uyumunun sağlanması için, vergi ile ilişkili kişi ve kurumlar özelinde derinlemesine araştırmalar yapılmalı ve bu araştırma sonuçlarına yeterince itibar edilmelidir.

Kaynakça

- Creswell, J. W. (2007). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative*, Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- Deran, A. & Beller, B. (2017). Muhasebe Meslek Mensuplarının Karşılaştıkları Sorunlar ve Bağlı Buldukları Meslek Odasından Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 16(50), 37-56.
- Gökgöz, A. & Zeytin, M. (2012). Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunlar ve Beklentileri: Bilecik ve Yalova İlleri Uygulaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 477-493.
- James, S. & Alley, C. (2002). Tax Compliance, Self-Assessment and Tax Administration. *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2(2), 27-42.
- Kalaycı, Ş. & Tekşen, Ö. (2006). Muhasebecilik Mesleğinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Isparta İl Merkezi Uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 31, 90-101.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Patton, M. Q. (1987). *How To Use Qualitative Methods in Evaluation*, CA: Sage.
- Tuğay, O. & Tekşen, Ö. (2014). Muhasebe Meslek Mensuplarının Sorunları: Burdur İlinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 223-232.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin.



Katılımcı Bütçe Uygulamasının Etkinliği: Uşak İl Özel İdaresi Örneği^{1*}

Effectiveness of Participatory Budget Implementation: The Case of Uşak
Special Provincial Administration

Doç.Dr.Hatice Dayar² - Mehmet Emin Uluten³

Başvuru Tarihi: 04.10.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

Globalleşme ve teknolojinin tüm dünyaya yayılması ile birlikte yönetim tarzlarında çeşitlilik kaçınılmaz olmuştur. Bütünleşen dünyada bireyler kendilerini yönetenleri sorgulamaya başlayarak her şeyin şeffaf olmasını istemektedir. 1980'li yıllarda Brezilya'da ortaya çıkan, 1990'li yıllarda gelişen, 2000'li yıllardan sonra tüm dünyada yayılmaya başlayan katılımcılık bütçeleme uygulamaları yönetimde halkında söz sahibi olmasına olanak vererek söz konusu harcamaların belirlenmesine imkan tanımaktadır.

Çalışmanın amacı katılımcı bütçeleme uygulamasının teorik çerçevesini ortaya koyduktan sonra, vaka çalışması kapsamında ele alınan Uşak İl Özel İdaresindeki etkinliğinin belirlenmesi için yapılan görüşme tekniği ile elde edilen veriler ışığında içerik ve betimsel analiz yapılması amaçlanmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular, katılımcı bütçeleme uygulamasının halk tarafından benimsendiği ve Uşak İl Özel İdarisinin etkinliğinin de pozitif olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Katılımcılık, Katılımcı Bütçeleme, Yerel Yönetimler, Nitel Analiz*

Abstract

With globalization and the spread of technology all over the world, diversity in management styles has become inevitable. In an integrated world, individuals begin to question those who govern themselves and want everything to be transparent. Participatory budgeting practices, which emerged in brazil in the 1980s, developed in the 1990s and started to spread all over the world

¹ Hatice Dayar'ın danışmanlığında yürütülen ve Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde savunulan ve kabul edilen yayınlanmamış ULUTEN, Mehmet Emin(2019), Katılımcı Bütçe Uygulamasının Etkinliği: Uşak İl Özel İdaresi Örneği, adlı yüksek lisans tezi veri alınarak hazırlanmıştır.

² Dumlupınar Üniversitesi, İİBF-Maliye Bölümü Öğretim Üyesi, hatice.dayar@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1239-2895

³ Dumlupınar Üniversitesi, İİBF-Maliye Bölümü Yüksek Lisans Mezunlu, m.eminuluten@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-1186-5125

after the 2000s, enable the public to have a say in the management and allow the determination of these expenditures.

The aim of the study is to present the theoretical framework of participatory budgeting and to analyse the content and descriptive analysis in the light of the data obtained from the interview technique in order to determine its effectiveness in the Uşak Special Provincial Administration. The findings of the study show that the public adopts participatory budgeting and the effectiveness of Uşak Special Provincial Administration is positive.

Keywords: *Participation, Participatory Budgeting, Local Governments, Qualitative Analysis*

Giriş

Son yıllarda, halka açık süreçlere aktif katılım kavramının vatandaşlar tarafından benimsenmesi, katılımcı bütçe uygulamalarının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Katılımcılık kavramı ve katılımcı bütçeleme demokrasi anlayışı ve yönetim ile ilişkisinin kurulması önem arz etmektedir. Katılımcı bütçeleme, temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçiş sürecinde en önemli adımlardan biri olarak kabul edilmektedir. Katılımcı bütçelemede yerel hizmetlerin sağlanmasında yerel hizmetlerden ve yerel yönetimlerden yararlanan vatandaşlar ile yapısal bir ilişki kurulmaktadır. Bu yapısal ilişki, hem kamu hesap verebilirliğini sağlamak hem de yerel yönetimlerde kamu kontrolünü sağlamak için uygun bir ortam oluşturmaktır. Bu nedenle, katılımcı bütçeleme yayılması, demokratik gelişme ve kaynak kullanımının etkinliğini sağlama açısından son derece önemlidir.

Çalışmada, katılımcı bütçeleme kavramsal çerçevesi açıkladıktan sonra Uşak İl Özel İdarisinde uygulanan katılımcı bütçeleme teorik ve ampirik yapısının analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bunun için ilk olarak katılımcı bütçeleme ile ilgili teorik çerçeve ve uygulamalarla ilgili ulusal ve uluslararası bilimsel ve akademik çalışmalar taranmıştır. Bunun yanında daha sonra Uşak İl Özel İdaresi çalışanlarından görüşme tekniği vasıtasıyla veriler toplanarak, katılımcı bütçeleme etkinliğinin ortaya konulması için veriler betimsel analiz yöntemleri ile çözümlenmiştir. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgular çerçevesinde katılımcı bütçeleme verimliliği ve etkinliğini arttırmak amacıyla önerilerde bulunulmuştur.

Teorik Çerçeve

Katılımcı bütçelemeyle ilgili ilk çalışmalar 1985 yılında, Brezilya'da, başlatılmış ve ilk kez bu ülkede uygulanmıştır. Günümüzde ise, Amerika kıtasında bulunan birçok ülkenin yanı sıra Asya, Avrupa ve Afrika'da 1200'den fazla şehir, katılımcı bütçe anlayışını kabul etmektedir. (Cabbanes, 2004, s. 29).

Katılımcılık, vatandaşların ve sivil toplum kuruluşlarının politika oluşturma, uygulama ve devletin denetim sürecine katılımını tanımlayan bir kavramdır. Katılımcılık, vatandaşların doğrudan veya temsil yolu ile karar alma ve yönetime katılmalarıdır. Günümüzde, katılımcılık kavramı, yurttaş hakları, demokratik yönetim, yolsuzlukla mücadele ve yoksulluğun

azaltılması ile birlikte kullanılmaktadır. Katılımcı bütçe kavramı ise vatandaşların doğrudan dâhil oldukları ve kendilerini etkileyen bütçe yapılarını etkiledikleri süreç olarak ifade edilmektedir. Katılımcı bütçeleme; yönetime katılım, hesap verebilirlik, yerel yönetim ve finansal şeffaflığı sağlamak için yeni bir yönetim anlayışı olarak tanımlanmaktadır (Ergen, 2012, s. 319-324).

Katılımcı bütçeleme uygulamasında, vatandaşlar karar alma sürecine doğrudan dahil olduklarından, yıl boyunca birçok toplantı düzenlenmektedir; böylece vatandaşlar, kamu kaynaklarının nasıl kullanıldığını gözetleme, sosyal politikalar arasında seçim yapma ve kamu kaynaklarının tahsisinde öncelikler belirleyebilme imkânı söz konusudur. (Yalçın, 2015, s. 315). Genel olarak yerel yönetimlerin vatandaşların tercihlerini ve kamu hizmetlerinin maliyetini daha iyi bildiğine inanılmaktadır. Yerel yönetimlere daha fazla mali özerklik getiren mali merkezleşme, bölgesel rekabet edebilirliği ve vatandaşların siyasi katılımını arttırmaya yardımcı olmaktadır. Bu, devlet davranışını sınırlamaya ve yönetim etkinliğini arttırmaya yardımcı olmaktadır. Mali ademi merkezîyetçilik vatandaşlara karar alma yetkisi sağlayabilmektedir (Altıngöz Zarplı, 2017, s. 63).

Literatür İncelemesi

Katılımcı bütçeleme konusu ile ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde akademik ve bilimsel çalışmaların olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmektedir.

Taytak (2019) çalışmasında, kamu üniversitelerinde katılımcı bütçe anlayışının uygulanabilirliğini belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular, katılımcı bütçe anlayışının üniversitelerde geçerli olduğu görülmüştür; bunun bir sonucu olarak, kurumlardaki iyi yönetim ve katılımcı demokrasinin olumlu katkıda bulunabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Dağlı (2017) çalışmasında yöneticilerin katılımcı bütçesine ilişkin davranış ve algılarını analiz etmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, katılımcı bütçenin uygulanabilirliğinin yöneticilerin davranış ve tutumlarına göre farklılık gösterebileceği bulunmuştur.

Altıngöz Zarplı (2017) doktora çalışmasında, birçok ülkede uygulanan katılımcı bütçeleme sürecini, farklı yöntemlerle göstermek ve belediyelerdeki uygulama veya uygulama denemelerine dayanarak göstermektedir. Yapılan araştırmanın sonucunda Türkiye'nin katılımcı bütçelemeyi yeni yeni tecrübe ettiği ve kamu yönetiminde katılımcı bütçeleme mekanizmalarını yeni kamu yönetimi reformu kapsamında uygulamaya başladığı bulgularına rastlanılmıştır.

TEPAV (2007) çalışmada iyi bir yönetim için katılımcı bütçelemeyi incelemiştir. Çalışmada katılımcı bütçe uygulamasının kaynakların dağılımına odaklı denenmiş somut bir yönetim uygulaması olduğu, etkin ve demokratik bir yönetim için katılımcı bütçenin tek başına çare olamayacağı ifade edilmiştir. Ayrıca yerel düzeyde hem yönetim hem sivil toplum örgütlerince sahiplenilerek uygulanması durumunda katılımcı bütçenin iyi yönetişimin hayata geçirilmesinde önemli katkısı olacağı sonucuna yer verilmiştir.

Özen ve Yontar (2009) çalışmasında, demokrasi ve demokrasinin finansal yansıması olan katılımcı bütçeleme hakkında bilgi vermektedir. Daha sonra, dünyada ve Türkiye'de katılımcı bütçe anlayışının ne düzeyde bir anlayışa sahip olmaya çalışmaya odaklanmıştır. Bu çalışmada,

katılımcı bütçe anlayışının katılımcı demokrasinin kurulmasında önemli bir rol oynadığı neticesine varılmıştır.

Sakıncı ve Aybarcı Bursalıoğlu (2014) yaptıkları makalede katılımcı bütçeleme uygulamalarını göz önüne alarak katılımcılar Türkiye için tecrübe ve bütçe modelinden kaynaklanan olanaklar incelenmiştir. Katılımcı bütçe uygulaması kapsamında vatandaş bazlı katılımın güçlendirilmesi dinamikleri ve yöntemleri hakkındaki literatür incelenmiştir. Katılımcı bütçe uygulamasının toplumsal strateji önceliklerini belirleme, daha kaliteli hizmetler üretme, yolsuzluğu azaltma ve şeffaflığı arttırmada çok önemli bir rol oynadığı neticesine varılmıştır.

Çobanoğulları ve Yereli (2017) çalışmalarında katılımcı demokrasi bağlamında katılımcı bütçelemeyi tartışmış ve katılımcı bütçeleme süreci hakkında bilgi vermiştir. Araştırmada, dünyadaki katılımcı bütçeleme örnekleri göz önüne alındığında, katılımcı bütçe uygulaması, kamu kaynaklarının verimli kullanılmasında, kaynakların tahsis edilmesinde, hizmetlerin sağlanmasında ve katılımcının güçlendirilmesinde şeffaflığın artırılmasını sağlayan bir araç olduğu olgusuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan, katılımcı bütçe uygulamasında vatandaşların ve diğer paydaşların sisteme ilk aşamada dahil edilmesi bir başarı ölçütü olarak sayılmıştır.

Gergerlioğlu ve Dibo (2017) tarafından yapılan çalışmada ise son zamanlarda yerel yönetimlerde katılımcı bütçeleme uygulamalarında olan ilerlemelerin, başka Avrupa ülkeleri ve Türkiye düzleminde incelenerek gereksinim olarak belirtilen katılımcı mekanizmaların benimsenmesi ve bu mekanizmaların kamusal harcama süreçlerine faal olarak katılımlarının olması gerektiği üzerinde durmuşlardır.

Sintomer vd. (2008, s. 164) çalışmada, Avrupa'daki katılımcı bütçelemeyi incelemektedir. Brezilya'dan Avrupa'ya katılımcı bütçelemenin "transferi" oldukça farklı bir süreç olmuştur. Avrupa için uyarlanmış Porto Alegre modelleriyle ve "üçlendirilmiş katılımcı bir yönetişimin" geliştirebileceği ve toplumun fon sağladığı ve üç klasik olanın ötesinde dördüncü bir gücün, yani doğrudan vatandaşın delegeler aracılığıyla) bir karar alma gücü ön plana çıkmaktadır.

Cabannes (2004, s. 27) makalede, Brezilya'da ve başka yerlerde katılımcı bütçelemeyi demokrasi ve yerel kalkınmada önemli bir inovasyon alanı olarak tanımlamaktadır.

Souza, (2001, s. 159) çalışmada, Brezilya'daki katılımcı bütçelemeyi tanımlamaktadır. Brezilya'da bir kentin her bölgesindeki vatandaş meclisleri, kentin gelirlerinin bir kısmının kullanımı için öncelikleri belirlemektedir. Katılımcı bütçelemenin eskiden dışlanmış grupların topluluklarındaki yatırım öncelikleri hakkında karar vermelerine ve hükümeti izlemelerine nasıl izin verdiğini vurgulamaktadır.

Öte yandan Szescilo (2015), Polonya'da farklı büyüklükteki dokuz belediyede katılımcı bütçe uygulamasının sonuçlarını kapsamlı bir şekilde analiz etmiştir. Bu modelde, "katılımın yerel bütçenin küçük bir kısmı ile sınırlı olduğu ve stratejik konularda halkın görüşleri alındığı" belirtilmektedir.

Araştırmanın Metodolojisi

Çalışma çerçevesinde yürütülen saha araştırmasının amacı, çalışmada kullanılan veriler (veri toplama aracı), sınırlamalar, yöntemler ve bulgular başlıklar halinde listelenmiştir. Araştırmanın kapsamı, veri toplama aracındaki araştırmanın değişkenleri ve araştırmanın

amacı gibi bilgileri tanımlayarak oluşturulmaktadır. Daha sonra araştırmadan elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Araştırmanın Amacı

Araştırma, Uşak İl Özel İdaresindeki katılımcı bütçe uygulamalarının etkinliğinin meydana çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada Kullanılan Veriler ve Evreni

Çalışmanın evreni Uşak İl Özel İdaresinde çalışan personelden ve örneklem 11 anketörden oluşmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma, 11 katılımcıdan oluşan bir örneklemin verdiği cevaplarla sınırlıdır. Örnekteki kısıtlama, tüm araştırma evrenini araştıramamaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nitel veri tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği, teorik veya yöntem açısından açık bir yapıya sahip olan, genellikle röportajlar ve gözlemler içeren nitel yaklaşımları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu teknik görüşme soruları dışında ek sorular sorulmasına imkan tanıyan bir tekniktir. Bu açıdan araştırmacılara esneklik vermektedir (Blandford, 2013, s. 2).

Verilerin Toplanması

Çalışmanın verileri, katılımcıların kendilerini özgürce ifade edebildikleri sessiz bir ortamda gerçekleştirilmiş ve katılımcıların randevu aldığı dönemde ses kayıtları yapılmış ve görüşmeler yapılmıştır. Görüşme soruları her katılımcıya aynı kelimeler ve aynı anlamlarla yönlendirilmiştir. Uşak İl Özel İdaresi'nde çalışanlarla yapılan görüşmelerde ses kaydı ve not tutma tekniği tercih edilmiştir. Daha sonra ses kayıtları analiz edilmek ve analiz kolaylığı için yazılmıştır. Ses kayıtları ile yapılan görüşmelerin analizleri sonucunda her görüşmecinin ortalama 3 sayfa bulunduğu ve yaklaşık 30 sayfa veri toplandığı görülmüştür. İlk olarak, verilerin doğruluğu transkripsiyon ve transkriptlerin tutarlılığı kontrol edilmiştir. Daha sonra veriler belirlenen temalara göre değerlendirilmekte ve yorumlarda gerekli olduğu yerlerde doğrudan alıntı şeklinde yapılmıştır.

Araştırmanın Etiği

Gizlilik kurallarına göre katılımcıların isimleri, kimlik bilgileri vb. kullanılmamıştır. Araştırma kesinlikle herhangi bir adli ve idari kurum, organizasyon ve olayla ilgili olmayıp, yalnızca bilimsel amaçlar için kullanılmaktadır.

Mülakat Yapılan Kişilerin Özellikleri

Çalışma, Uşak il özel idaresinde uygulanan katılımcı bütçelemenin etkinliğinin ortaya konulmasıdır. Bu kapsamda İl özel idaresinde çalışan 11 kişi ile yapılan mülakatta genel olarak katılımcı bütçe ile ilgili sorular sorulmasına karşın mülakat yapılanlar ile ilgili genel demografik nitelikler aşağıda verilen Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Mülakata Katılanların Özellikleri

Görüşmeler	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Meslek	En son Bitirdiği Okul
G1	Kadın	38	Lisans	Şehir Plancısı	Erciyes Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
G2	Erkek	49	Lisans	İGM Başkanı	Fakülte
G3	Erkek	65	Lisans	Plan-Proje Şube Müdürü	Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi
G4	Erkek	60	Lisans	Encümen Üyesi Türkçe	Uşak Eğitim Enstitüsü
G5	Erkek	50	Lisans	İGM Başkan Yrd.	Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi
G6	Kadın	32	Lisans	Bütçe Servisi	Anadolu Üniversitesi
G7	Kadın	30	Yüksek Lisans	Bütçe Planlama	Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
G8	Erkek	46	Lisans	Dış İlişkiler Müdürü	Uşak Eğitim Enstitüsü
G9	Erkek	33	Lisans	Mali Hizmetler Müdür Vekili	Uşak Üniversitesi
G10	Erkek	32	Lisans	Bütçe Servisi	Uşak Üniversitesi
G11	Kadın	46	Ön Lisans	Bütçe Planlama	Anadolu Üniversitesi

Görüşmeye katılan 11 kişiden 7 tanesi erkek iken, 4 tanesi bayandır. Katılımcıların hemen hemen hepsi lisans mezunudur ve yalnızca 1 tane ön lisans mezunu olduğunu beyan etmiştir.

İl özel idarede genellikle bütçe servisinde çalışan katılımcılar çeşitli üniversitelerin muhtelif bölümlerinden mezun oldukları görülmektedir.

İstatiksel Yöntem

Araştırmanın analizinde, elde edilen röportaj yanıtlarına göre betimsel ve içerik analizi metotları tercih edilmiştir. Sonrasında ise sorulara verilen cevaplar betimsel ve içerik analizi uygulanarak yorumlanmıştır.

Betimsel Analiz, Betimsel analiz, ürünler, insanlar, bireyler, olaylar ve durumlarla ilgili verilerin toplanmasını ve ardından sonucu organize etmeyi, çizelgelemeyi, tasvir etmeyi ve tanımlamayı içerir. Betimsel analizin temel özellikleri, araştırmacıların değişkenler üzerinde kontrol sahibi olmamasıdır, sadece ne olduğunu veya şu anda neler olduğunu rapor edebilmesidir. Betimsel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan metodolojiler her türlü anket ve mülakattır; (Baha, 2016, s. 4). Bununla birlikte betimsel analiz dört kademededen oluşmaktadır (Altıngöz Zarplı, 2017, s. 116; Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 240).

İçerik Analiz, Öncelikli olarak kantitatif bir araştırma yöntemi olarak kullanılmış, metin verileri açık kategorilere kodlanmış ve istatistikler kullanılarak yazılmıştır. Bu yaklaşım bazen nitel verilerin nicelleştirmesi olarak da adlandırılmaktadır (Hsieh ve Shannon, 2005, s. 1278).

Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

Görüşmeye katılan fertlerin düşünceleri söz konusu temalar çerçevesinde; gizlilik kaidesi çerçevesinde, adları verilmeden kodlanarak nakledilmektedir. Yukarıda da söylendiği gibi her bir katılımcı ile yapılan görüşme “görüşme” yi temsil ettiği için “G” şeklinde kodlar verilerek ve her görüşmeye katılan kişiler düzenli olarak kodunun yanında “G1, G2, G3.....G10” biçiminde kodlamalar kullanılmıştır.

Derinlemesine röportaj kapsamında katılımcılara 9 soru sorulmuştur. İlk üç soru katılımcı bütçe ile ilgili sorular olup, bu sorular katılımcı bütçe uygulamasına karşı algılarını ölçmeye yöneliktir. Diğer sorular ise İl özel idaresindeki uygulamaların nasıl ve etkinliğinin belirlenmesine yönelik sorulardır. Mülakat ile elde edilen veriler değerlendirilmesi için her soru tek tek ele alınmaktadır.

Soru 1: Katılımcı Bütçe uygulaması nedir?

İlk soru görüşmeye katılanların katılımcı bütçeyi nasıl tanımladıkları üzerinedir ve aşağıda verilen Tablo 2’de verilen cevaplar yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcı Bütçe Uygulaması Nedir?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	Halkın talep ve isteklerinin dikkate alındığı demokratik bir bütçedir. Örnek vermek gerekirse; ilk demokrasinin öne çıktığı gibi Antik Yunan'da bir yere toplanıp alınan kararlar gerçek demokrasidir. Peki, biz ne yapıyoruz seçimimizi birileri tarafından yapıyoruz. Onlarda bizi temsil ediyor ama ne yazık ki talep ve isteklerimiz buraya iletilmiyor.
G2	Bana göre Katılımcı Bütçe ile ilgili en somut örneği olan kurumlar İl Özel İdarelerdir. Çünkü bizlerin çok çeşitli görev ve yetkileri vardır. Bunlarında ağırlıklı kısmı şu an yerelde hizmet veren köylüdür. Bu yüzden İl Özel İdare olarak hizmetlerimiz daha çok kırsal kesime, özellikle de köylere yönelik hizmetlerdir. Bu hizmetlerde muhtarların etkin bir rolü bulunmaktadır. Muhtarlar vasıtasıyla halkın talep ve istekleri yerinde dinlenilip buna yönelik bütçe oluşturulmaya özen gösterilmekte ve çalışmalar yürütülmektedir özetle halkın gerçek ihtiyaçlarına göre bir bütçe belirlenmektedir. Bizim katılımcı bütçeden anladığımız şey de budur. Yani katılımcı bütçe, bütçe kalemlerinin halkın isteklerinin bizzat yerinde tespit edilip müzakere edilmesi sonucunda oluşturulmaktadır.
G3	İlin yatırım çalışmalarının halk ve sivil toplum kuruluşlarının görüşlerinin alınarak hazırlandığı bir bütçedir.
G4	Toplumun ihtiyaçlarının belirlenmesi, planlanma yapılması gereken ortak projelerin mutlaka öncelikli olmasıdır.
G5	Yapılacak olan hizmet ve yatırımların vatandaş-devlet işbirliği ile birlikte yerine getirilmesini sağlayan bütçe uygulamasıdır.
G6	İldeki vatandaşların ve STK'lerin yerel yönetim bütçe hazırlığından görüşlerinin alınarak bütçe hazırlanmasıdır.
G7	Yapılacak olan harcamalara ve hizmeteler bizzat vatandaş tarafından karar verilmesidir. Hizmet verilen vatandaşın parasının nereye harcanacağı hususunda karar verebilmesi için gerçek bir imkan sunmaktadır.
G8	Bütçenin paydaşları ve etkilenenleri ile etkileşime girerek fikirleri doğrultusunda bütçenin oluşturulmasıdır.
G9	Yerel yönetimlerde halkın katılımı ve beklediği hizmetler doğrultusunda oluşturulan bütçedir.
G10	Yerel yönetimlerde bütçe belirlenmesi aşamasında halkın istek ve beklentilerinin dikkate alınması demektir
G11	Kaynakların verimli bir şekilde kullanılabilmesi için hazırlanmış bir bütçe olduğunu düşünüyorum. Bu şekilde hizmeti alan ve veren ortak çalışırsa daha faydalı hizmetler yapılacaktır

Katılımcıların çoğunluğu katılımcı bütçeyi bilmektedir ama birkaç tanımlamada vatandaş veya halk yerine STK'ların yerel yönetim bütçelemede görüşlerinin alınması demişlerdir.

Soru 2: Katılımcı Bütçe neden uygulanmalıdır?

İkinci soru görüşmeye katılanların katılımcı bütçeyi neden uygulanması gerektiğine dair görüşleri alınmak istenmiştir ve aşağıda verilen Tablo 3'de verilen cevaplar yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcı Bütçe Neden Uygulanmalıdır?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
----------------	------------------

G1	Kırsal geliştirmek için öncelikli hizmetlerin tespiti gerekir. Bütçe kaynaklarının doğru yere harcanması için önemlidir. Şöyle ki; İnsanların yaşadığı yere ait ihtiyaçları vardır. Her yerin ihtiyacı da yaşadığı bölgeye göre değişir. Her köyün talep ve istekleri farklıdır. Bunları yerinde tespit edip yerinde çözüm bulunması gerekmektedir.
G2	Öncelikle gerçek ihtiyaçların ortaya çıkarılması ve bu noktada bütçe kaynaklarının etkin ve verimli kullanılabilmesi için halkın taleplerinin dikkate alınması gerekir. Vatandaşların talebi olmadan bir yatırım yapılması kaynakların verimsiz bir şekilde harcanmasına neden olur. Kısaca; vatandaş isteklerinin dikkate alınıp harcama önceliklerinin yerinde tespit edilmesi amacıyla katılımcı bütçe uygulanmalıdır.
G3	Geniş bir kitleye daha faydalı hizmetler sunulabilmesi açısından katılımcı bütçe uygulanmalıdır. Vatandaşın talebi ne ise o yapılmalıdır.
G4	Ortak aklın oluşması, milletin gelirlerinin tabana daha adil ve eşit dağılması için katılımcı bütçe uygulanmalıdır.
G5	Temelde hizmetin vatandaşlarca sahiplenilmesi gereksiz harcamaların önüne geçilmesi ve kamudaki israfın önlenmesi amacıyla Katılımcı Bütçeleme uygulanmalıdır.
G6	Katılımcı Bütçe demokrasininin güçlenmesine katkı sağlar. Vatandaşların yatırımları sahiplenip, korumasını teşvik eder.
G7	Mahalle hakkının sorunlarına birebir çözüm imkanı sunacağından katılımcı bütçenin uygulanması oldukça önemlidir.
G8	Bütçenin daha verimli kullanılabilmesi ve daha gerçekçi olabilmesi için katılımcı bütçeleme yapılmalıdır. Ayrıca bütçeden maksimum etki olmak istiyorsak paydaşların ve etkilenenlerin fikirlerinin alınması gerekiyor.
G9	Sınırlı kaynaklarla daha verimli hizmet ve projeler yürütmek için Katılımcı Bütçe uygulamalıdır.
G10	Öncelikli hizmetler gerçekleşmiş olur.
G11	Kurumların amacı halkın ihtiyaçlarını karşılamak olduğu için bütçe çalışmalarında halkın önceliklerinin dikkate alınması gerekir. Bu yüzden katılımcı bütçe uygulanmalıdır.

Katılımcı bütçenin uygulama gerekliliği olarak, öncelikli ihtiyaçların belirlenmesi, sınırlı kaynaklarla etkin hizmet verebilmek, yörenin/bölgenin/mahallenin isteklerine cevap verebilme ve faydalı hizmetler şeklinde cevaplar verilmiştir. Farklı olarak G6 kişisi demokrasiye vurgu yapmıştır ve demokrasinin bir gereği olarak Katılımcı bütçenin uygulanmasına dikkat çekmektedir.

Soru 3: Katılımcı Bütçe uygulamasını daha önce duyduunuz mu?

Üçüncü soru ise görüşmeye katılanların katılımcı bütçe uygulamasını kurumlarında uygulamaya başlanılmadan önce duyup duymadıklarına dairdir ve aşağıda verilen Tablo 4’de verilen cevaplar yer almaktadır.

Tablo 4. Katılımcı Bütçe Uygulamasını Daha Önce Duydunuz Mu?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	Daha önce duymadım. Ancak yurtdışında yerel yönetimlerin birlikte hareket ettiklerini biliyorum.
G2	Hayır duymadım, ama aslında biz yapmış olduğumuz hizmetlerde doğrudan köy halkının ve muhtarların talepleri doğrultusunda yerinde ve kurumumuzun imkanları dahilinde hizmetler gerçekleştirmekteyiz. Bu anlamda Uşak İl Özel İdaresi olarak yapmış olduğumuz hizmetler bir nevi katılımcı bütçe uygulamasına benzer faaliyetlerdir.
G3	Evet. Sivil Toplum Kuruluşlarının katılımcı bütçe ile ilgili seminerlerine katıldım. AB uygulamasıdır.
G4	Uygulamada hep uyguladığımız projeler ama adını ilk kez duydum. Ama sahada köy toplantılarında muhtarlıklarda yaptığımız faaliyetler özünü oluşturuyor.
G5	Evet, Son zamanlarda yerel yönetimlerde katılımcı bütçe uygulamasına yönelik yapılan çalışmalardan haberim var. Geçmiş dönemde (2007) Uşak İl Özel İdaresince katılımcı bütçe uygulamasına yönelik çalışmalar yapıldığını köy ve mahalle muhtarlarından duydum.
G6	Evet, daha önce uşak il özel idaresinde yerel yönetimlere destek reformu kapsamında proje ili seçilen uşakta gerçekleştirilen katılımcı bütçe çalışmasından haberdarım.
G7	Geçmiş yıllarda idaremizde de böyle bir uygulama yapılmaya çalışılmıştır.
G8	Evet: Katılımcı Bütçe uygulaması hakkına bilgi sahibiyim. Uşak İl Özel İdaresinde 2007 yılında yapılan çalışmalarda yer aldım. 2007 yılında Yerel Yönetimlere Destek Projesi kapsamında Uşak ili pilot il seçilmiş ve Uşak İl Özel İdaresinde katılımcı bütçe çalışmaları, eğitim ve konferanslar yapılmıştır. Bu çalışmalar arasında vatandaş memnuniyet Anketleri, Yerel Hizmetlerin iyileştirilmesi amacıyla Eylem Planlarının hazırlanması, Yatırım Karnesi, Çok yıllık yatırım programlaması ve çok yılı bütçe çalışmalarının geliştirilmesi yer almaktadır.
G9	Evet; Bu konuda bilgi sahibiyim. 2007 yılında Uşak İl Özel İdaresinde Katılımcı Bütçe çalışmalarında yer aldım. Bu çalışmalarda vatandaş memnuniyet anketleri ve yatırım kartları uygulamasına yer verilmiştir.
G10	Hayır
G11	Katılımcı bütçe uygulamasını daha önce duydum.

Bu soruya 11 görüşmeye katılanlardan sadece 4 tanesi bu uygulamayı duymadığını belirtmiştir. Genel olarak farkındalık fazladır, il özel idaresinde çalışanlar bu uygulamayı bilmeleri, uygulamada çok zorlanmadıkları sonucuna ulaşılması gerekmektedir.

Soru 4:Uşak İl Özel İdaresi Katılımcı Bütçeye dair faaliyetler gerçekleştiriyor mu?

Dördüncü soru ile birlikte Uşak İl özel idarisinde uygulanan katılımcı bütçe uygulamaları ile ilgili sorular sorulmaya başlanılmıştır. Bu sorular ile il özel idarede çalışanlardan bu kapsamda

yapılan uygulamalar ve uygulamaların etkinliği konusunda bilgi almak hedeflenmiştir. Bu soruya verilen cevaplar ise Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Uşak İl Özel İdaresi Katılımcı Bütçeye Dair Faaliyetler Gerçekleştiriyor Mu?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	Encümen üyeleri ve Muhtarlar aracılığıyla katılımcı bütçe faaliyetleri gerçekleştiriliyor. Doğrudan vatandaş talepli hizmetler imar müdürlüğünce yapılıyor. Çünkü biz vatandaşın kendi parseli üzerindeki yatırımların takibini yapıyoruz. Örneğin siz akaryakıt istasyonu yapmak istiyorsunuz. Biz bunu kurumlara sorarak araştırmasını yapıyoruz. İmar planlarını hazırlatıp meclise sunuyoruz.
G2	Bizim çalışmalarımız şu şekildedir: Halkın taleplerini alıyoruz ve yerinde inceliyoruz. Onlara belli bir mutabakata varıyoruz. Önümüzdeki bütçede de bunlar için bir kaynak ayırıyoruz. Başka bir ifade ile halkın taleplerini bizzat yerinde inceliyoruz. Ve hangi yatırıma ihtiyaç var ise bunu tespit ediyoruz.
G3	Kısmen; Uşak İl Özel İdaresi daha çok Muhtarlar aracılığıyla ve köy halkının talepleri doğrultusunda katılımcı bütçeye dair faaliyetler gerçekleştiriyor. Köy muhtarları ile yapılan toplantılarda köy halkının istek ve talepleri değerlendirilmektedir.
G4	Elbette Kendi İlçesinde (Eşme) 59 köyün tamamında köy kahvesinde halkın huzurunda muhtarlardan bir sonraki yılın yatırım ihtiyaçlarını tartışarak önceliğini belirleyerek tespit ediyor.
G5	Evet, İl Özel idare olarak daha çok köylere yönelik yapılan hizmet ve yatırımlar bu kapsamda değerlendirilebilir. (Örneğin; İl özel idare araç ve gereçlerinin köylülerin talepleri doğrultusunda kullanılması, Köylere yönelik yapılacak hizmet ve yatırım taleplerinin köy muhtarları aracılığıyla toplanması)
G6	Stratejik plan hazırlanırken paydaş görüşleri alınarak, bütçe hazırlığı aşamasında bu görüşlerde göz önünde bulundurulmaktadır.
G7	Uşak İl Özel İdaresinde de genelde muhtarların aracılığı ve talepleri doğrultusunda katılımın geniş olduğu bir bütçe yapılmaya çalışılmaktadır.
G8	Evet, şundaki yapılan çalışmalar 2007 yılında il özel idaresinde denenen katılımcı bütçe uygulamasını kısmen devamı niteliğinde olup, Stratejik Palanda içi ve dış paydaş analizine yer verilerek paydaşlar belirlenmekte ve katılıma teşvik edilmektedir. Bu kapsamda bütçe yaparken yatırım kartları ile paydaşların taleplerini alıyoruz. Muhtarlar ile yapılan toplantılar ile kırsal kesimin (köy halkının) talep ve istekleri muhtar talep formları ile alınmakta Encümen ve İl Genel Meclisi üyeleri tarafından köylerde toplantılar düzenlenmekte öncelikli hizmet ve yatırımlar yerinde tespit edilerek önem derecesine göre yatırımcı müdürlüklerimiz tarafından değerlendirilip, Encümen ve İl Genel Meclisinde görüşüldükten sonra bütçeleme yapmaktayız.
G9	Uşak İl Özel idaresi Katılımcı Bütçe uygulamaya yönelik Muhtar Talepleri ve Encümen Üyelerinin talepleri doğrultusunda paydaş kurumların talepleri alınmakta ve katılımcı bütçeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır.
G10	<i>Kısmen</i>
G11	Uşak İl Özel İdaresi bütçenin hazırlanması aşamasında kısmen bile olsa katılımcı bütçeye dair faaliyetler gerçekleştirilmektedir.

Bu soruya görüşmeye katılan 11 kişiden, 3’ü uygulamanın kısmen olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı bütçenin paydaşların görüşleri alınarak hazırlandığını beyan etmiştir. 2007 yılında

uygulanan katılımcı bütçenin verimli olduğunu, şunda olan uygulananında devamı niteliğindedir.

Soru 5: Uşak İl Özel İdaresi Katılımcı Bütçe uygulamasına yönelik nasıl bir strateji izlemektedir?

Beşinci soru ile birlikte Uşak İl özel idarisinde katılımcı bütçe uygulamalarında nasıl bir strateji izlendiği sorulmuştur. Bu soru ile il özel idarenin bu uygulamaya planlı bir şekilde stratejiler belirleyerek mi uygulamaya başladığı veya uygularken mi bu sistemi öğrendikleri irdelenmektedir. Bu soruya verilen cevaplar ise Tablo 6'de gösterilmektedir.

Tablo 6. Uşak İl Özel İdaresi Katılımcı Bütçe Uygulamasına Yönelik Nasıl Bir Strateji İzlemektedir?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	Birinci önceliğimiz yol hizmetleri, su, kanal hizmetleri asıl ihtiyaçlar belirleniyor programa alınıyor ama bütçe tasarlanırken politik baskıdan dolayı araya ikinci öncelikli yatırımlar giriyor. Şöyle sorunlarla da karşılaşyoruz; çocuk oyun alanını her köye yapıyoruz. Biz bunu köyler arası haksızlık olmaması için yapıyoruz. Fakat hiçbir çocuğun olmadığı köylerin de bunu istemesi gerçekten ihtiyacı olacak yatırımların önüne geçiyor ve bütçe boşuna harcanmış oluyor.
G2	Bu konuda İdare olarak izlediğimiz strateji sahada ve yerinde vatandaş dinliyoruz, teknik ekipler ile de yerinde inceleme yaparak vatandaş odaklı bir çalışma yapıyoruz. Ayrıca köylerde muhtarlar toplantısı yapmaktayız ve onlarla sözlü istişareler yaparak yapılacak hizmet ve yatırımlar konusunda muhtarlardan yazılı talep formları almaktayız. Muhtar taleplerinin gerçekleşme olasılığı şu şekildedir; yapılacak hizmet ve yatırımlar yerinde değerlendirilerek sürdürülebilirlik açısından fayda maliyet analizine tabi tutulduktan sonra uygunsuzsa bütçemizde değerlendirme noktasında karara varıyoruz.
G3	Genelde bütçe oluşturma sürecinde paydaş olarak belirlenen kurum ve STK'ler ile diyalog kurularak ve toplantılar yapılarak görüşleri alınıyor. Bu doğrultuda hizmet yatırım ve projeler öncelik ve önem sırasına göre yerine getirilmektedir. Örneğin; ilimizde okullarında inşasında STK'lerin görüşleri alınıyor.
G4	Özel İdare kırsalı esas alıyor. Öncelik sayıyor. Kırsalın kalkınması için refah seviyesini yükseltici proje ve strateji izlemektedir.
G5	Köylerin ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla daha çok köy muhtarları ile görüşme ve toplantılar yapılmakta, yapılacak olan hizmet ve yatırımların öncelikleri tespit edilip İl Özel İdaresi bütçesi ile entegre ediliyor. Encümen ve İl Genel Meclisi toplantılarında vatandaş talepli hizmetler öncelikli olarak ele alınmakta hizmet-yatırım önceliği ve önemine göre ve özel idarenin mali imkanları çerçevesinde bütçeleme yapılmaktadır. Stratejik planlarda paydaş analizine yer verilerek bütçeleme süresince ortak aklın oluşmasına özen gösterilmektedir. Yatırım kartları uygulaması yoluyla kurumların ihtiyaçları belirlenmekte yatırımların doğru bir şekilde belirlenmesi ve kamu kaynaklarının daha etkin ve verimli kullanılması için

	önceliklendirilmektedir. Burada yapılacak hizmet ve yatırımın fayda ve maliyeti göz önünde bulundurulmaktadır.
G6	Kurumumuzda şuan için resmi anlamda Katılımcı bütçe uygulaması yürütülmemektedir.
G7	İl Özel İdaresinin bütçesi hazırlanırken gelin talepler incelenerek öncelik sırasına göre değerlendirme yapılmaktadır. (İşin aciliyeti, maliyeti, faydası gibi)
G8	Daha çok encümen üyeleri vasıtasıyla vatandaşın fikirlerinin alınması ve köy muhtarları ile yapılan toplantılar aracılığıyla kırsal kesimin talep ve isteklerinin alınması gibi yollar izlenmektedir. Kırsal kesimin refahını artırmaya yönelik hizmet ve yatırımlara önceli verilmektedir. Ayrıca stratejik plan ile belirlenen paydaş kurumların Yatırım Kartları üzerinden taleplerinin alınması yoluyla bütçeleme faaliyetlerine katılımları sağlanmaya çalışılmaktadır. Genel olarak vatandaş odaklı bir hizmet politikası izlenmektedir. Valilik bünyesinde vatandaşla en üst düzeyde iletişimin kurulması, taleplerinin etkin ve hızlı bir şekilde alınarak takip edilmesi ve sonuçlandırılması amacıyla "Açık Kapı Milletın Kapısı" adı altında beyaz masa projesine benzer bir birim kurulmuştur.
G9	Kurum stratejik planları ve faaliyet-performans programları ile Katılımcı Bütçeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Özellikle bunların başında kırsal kesimde vatandaş ve muhtarlar ile yapılan toplantılarda belirlenen talepler doğrultusunda halkın öncelikli ihtiyaçları yerinde tespit edilip bütçe hazırlanmaktadır.
G10	İlimiz köy muhtarları köylerin ihtiyacı olan hizmetleri İdaremizden talep etmekte uygun bulunanlar için bir sonraki yıl bütçeye ödenek konulmaktadır.
G11	Uşak İl Özel İdaresi Katılımcı bütçeye yönelik yıllık ihtiyaçlar ve talepler göz önünde bulundurularak gelecek yılların buna yönelik hizmet politikaları geliştirilmeye çalışılmaktadır.

Soruya verilen yanıtlar incelendiğinde Uşak il özel idaresinin özellikle bir strateji belirlemediği görülmektedir.

G6 görüşmeci ise, şuan katılımcı bütçe uygulamasının olmadığını belirtmiştir sadece 2007 yılında uygulandığını belirtmek istemiştir.

Soru 6: Uşak İli Katılımcı Bütçe çalışmasında STK'lerin ve vatandaşların bütçe sürecine ilgisi ne düzeydedir?

Altıncı soru ile birlikte Uşak İl özel idarisinde katılımcı bütçe uygulamalarında STK ve vatandaşların ne derecede ilgi gösterdikleri sorulmuştur ve bu soru ile katılım oranları görülmek ve ortaya konulmak istenmektedir. Bu soruya verilen cevaplar ise Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Uşak İli Katılımcı Bütçe Çalışmasında STK'lerin ve Vatandaşların Bütçe Sürecine İlgisi Ne Düzeydedir?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	STK'lerin hiçbir katkısı yoktur. Vatandaşların doğrudan bir ilgisi söz konusu değildir. Köy yardımları muhtarların ilgi ve alakası ile doğru orantılıdır. Aktif rol oynayan muhtarların yatırımları ön planda tutuluyor. Köy yardımları muhtarların orantısız baskısı ile adaletsiz dağıtım rol oynamış oluyor.
G2	Sivil Toplum Kuruluşlarının gerek İl Özel İdare'de gerekse de belediye bütçelerinde etkin rol aldıklarını düşünmüyorum. En azından Uşak'ta aktif değiller ve bu yönde eksiklik görüyorum. Kendi alanlarının çok fazla çerçevesini doldurarak hizmet yapabildiklerini düşünmüyorum. Bana göre yapılacak hizmet ve yatırımların önceliğinin belirlenmesi noktasında Sivil Toplum örgütlerinin ciddi mana da etkin olması gerekiyor. Ancak uygulamada STK'lerin ve vatandaşların her ne kadar bütçeye olan ilgisi etkin olmasa da yerel anlamda köy muhtarlarının kendi yatırımlarının bütçeye alınması noktasında ciddi bir faaliyetleri ve çabaları söz konusudur. Özellikle olaya köyler olarak bakacak olursak katılımcı bütçe çalışmasına ilişkin köylerde muhtarlar işin bilincinde olduğu için aktif bir rol alıyorlar ve etkili projeler sunmaya çalışıyorlar.
G3	Genel olarak bütçeleme faaliyetlerine halkın ve STK'lerin ilgisi azdır. Bu konuda düzenli çalışmalar yapılmalı örneğin; imar planları konusunda STK'lerin ve paydaş kurumların görüşlerinin alınmasının oldukça önemli olduğunu düşünüyorum. Ama genel olarak vatandaş ve STK'lerin bütçeleme süreçlerine katılımı düşüktür.
G4	Bugüne kadar bir çalışmaya diyorsanız, hazırlanan projelere halkın ihtiyacına uygunsu ilgisi üst düzeyde doğrudan halkın talepleri var. Hayvan içme suyu projesi en çok ilgi görüyor.
G5	Genel anlamda her şey Devlettten bekleniyor, talep edilen yatırım ve hizmetleri yerine getirilmesi fazla maliyet gerektirmesi halinde STK'lerin ve vatandaşlar tarafından bu duruma sıcak bakılmıyor. Bu nedenle Sivil toplum örgütlerinin ve vatandaşların bütçe oluşturulma sürecine olan ilgisini az olduğunu düşünüyorum. Vatandaşların katılımı çok düşük katılımın artmasından yanayız. Biz özel idare olarak yatırımları ve hizmetlerde vatandaşın talebi varsa önceliği var prensibi ile hareket ediyoruz ve bütçe de katılımı sağlamak amacıyla özellikle köylerin hizmet ve projelerini daha ön plana alıyoruz.
G6	2007 yılında "Yerel Yönetim Reformuna Destek Projesi" kapsamında pilot projelerden birisi seçilen idaremizin katılımcı bütçe uygulamasına vatandaşların ve STK'lerin katkısı beklenen düzeyde gerçekleşmiştir.
G7	Katılımcı bütçe vatandaş ve STK'lerden çok muhtarlar aracılığıyla yapıldığından bu ilgi düzeyinin ölçülmesi tam olarak mümkün olmamaktadır.
G8	Vatandaşlar bütçenin ne olduğunu bilmedikleri için, bütçeleme faaliyetlerine çok fazla bir katılım söz konusu değildir. Sadece ihtiyaçları olduklarında katılım söz konusudur. Stratejik Planda yer alan paydaş sivil toplum kuruluşları dışında STK'lerin bütçeleme faaliyetlerine katılımı sınırlı ve azdır.

G9	Daha çok paydaş kurumlar vasıtası ve muhtarlar aracılığıyla bütçe oluşturuluyor. 2007 yılında yapılan çalışmada vatandaş memnuniyetleri doğrultusunda katılımcı bütçeye yönelik hizmet geliştirme eylem planları uygulanmıştır. Bu uygulamalar doğrultusunda vatandaşların öncelikli ihtiyaçları belirlenmiştir. Bu açıdan halkın katılımcı bütçe oluşturmaya yönelik ilgisinin olduğunu düşünüyorum. STK 'ler kendi faaliyet alanlarını ilgilendiren konularda katılım sağlamaktadırlar.
G10	Direkt vatandaşın katılımından bahsetmek mümkün değildir.
G11	Uşak il Özel idaresindeki katılımcı bütçe çalışmalarında vatandaş ve sivil toplum kuruluşlarının çok ilgili olduklarını düşünmüyorum. Bunu kurum bazında düşünürsek o kurumla ilgili olan belirli kesimlerin katılımı sağlanabilir.

Bu soruya görüşme yapılanların genel olarak aynı Cevabı verdiği görülmektedir. Vatandaşların ve STK'ların katılımcı bütçe uygulamasına ilgi göstermedikleri belirtilmiştir. Vatandaşların bütçelemeyi bilmediği beyan eden görüşmeci, STK'larında çok önemsemediğini belirtmiştir. Bu cevaplardan çıkan sonuç ise, katılımcı bütçe uygulamasının Türkiye'de çok yeni bir kavram olduğu ve birçok kişinin bilmediği göz önüne alınırsa, vatandaşların ve STK'larında bu kavram hakkında bilgilendirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Soru 7: Uşak İl Özel İdaresinin katılımcı bütçe uygulamasına ait alt yapı oluşturacak birimleri nelerdir ve nasıl çoğaltılabilir?

Yedinci soru, Uşak İl özel idarisinde katılımcı bütçe uygulamaları kapsamında birimler olup olmadığı ile ilgili soru sorularak, il özel idarenin katılımcı bütçe uygulamalarına nasıl hazırlandığı ortaya konulmak istenmektedir. Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar ise Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Uşak İl Özel İdaresinin Katılımcı Bütçe Uygulamasına Ait Alt Yapı Oluşturacak Birimleri Nelerdir ve Nasıl Çoğaltılabilir?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	Encümen toplantıları, Muhtarlar, İGM üyeleri çok önemli vatandaş taleplerini esas alıyor. Yapılan alt yapı çalışmalarında belirli bir plan-program yapılmaya çalışılsa da köyde baskın gelen grup tarafından bu program değişiyor ve kara düzen diye tabir ettiğimiz düzene az miktarda da olsa uyararak çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bunu tamamen değiştirmeye çalıştığımızda sistemin tıkanacağı düşünülüyor.
G2	Uşak İl Özel İdaresinin katılımcı bütçe uygulamasına yönelik alt yapı oluşturacak birimlerin başında <i>köylerde yapılan muhtarlar toplantısı</i> gelmektedir ve onlarla istişareler yaparak, yapılacak olan hizmet ve yatırımlar belirlenmektedir. Bu kapsamda halkın istek ve taleplerinin yer aldığı yazılı talep formları muhtarlar aracılığıyla kurumumuza bildirilmektedir. Köylerde muhtarlar aracılığıyla toplanan talepler öncelikle encümen toplantısında görüşülüp Uşak İl Özel İdaresinin imkanları dahilinde üzerinde mutabık kılınan hizmet ve projeler gerçekleştirilmek üzere bütçede yer verilmektedir. Ayrıca 2007 yılında yerel yönetimlere destek reformu kapsamında başlatılan katılımcı bütçe çalışması doğrultusunda kullanılan yatırım kartları uygulaması ile kurumlardan toplanan talepler il özel idare

	bünyesindeki 13 adet yatırımcı müdürlükler vasıtasıyla hayata geçirilmektedir.
G3	Genel itibariye özel idare bünyesinde yer alan <i>13 adet müdürlükler vasıtası ile ortak projeler</i> yapılıyor. Ama katılımcı bütçeye yönelik çalışmalar esas olarak mali hizmetler müdürlüğü ve bütçe servisi tarafından yürütülmektedir. Avrupa Birliği tarafından desteklenen ve ilimizde 2007 yılında gerçekleştirilen katılımcı bütçe çalışmalarında Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Müdürlüğü de önemli bir rol oynamıştır.
G4	Birim müdürlerinin raporları, halktan gelen dilek ve istekler tespit edilip, planlama noktasında yetkili birimlerin görüşleri, <i>Beyaz masa projesi</i> uyarlanabilir. Sizin projeniz uygulaması uygulanabilir.
G5	Yol su kanalizasyon, tarımsal şube, plan proje, imar ve çevre müdürlükleri olmak üzere genel anlamda <i>13 adet müdürlük tarafından</i> katılımcı bütçe oluşturulmaya çalışıyor. Özellikle yatırımcı müdürlükler vasıtası ile kırsal kesimin talep ve istekleri yerine getirilmeye çalışılmaktadır. Köylere yönelik yapılacak hizmet ve yatırımlarda Köy muhtarları etkin bir rol oynamaktadır. Esas itibariyle Katılımcı bütçe uygulamasına alt yapı oluşturacak birim Mali Hizmetler Müdürlüğü ve Bütçe Servisidir. Bütçe de ve stratejik planlarda katılım arttırmak için il genel meclisi toplantılarına katılım teşvik edilmelidir. Uşak Belediyesi tarafından uygulanan beyaz masa projesi ve resmi internet sitesinde yer alana halkın talep ve isteklerini doğrudan internet üzerinden başkana iletebildikleri “sizin projeniz” adlı uygulamalar Uşak İl Özel İdaresince de uygulanabilir.
G6	Mali Hizmetler Müdürlüğü-Bütçe Servisi’dir. Strateji Geliştirme Müdürlüğü kurularak bu konuda daha ileri düzeyde çalışmalar yapılabilir.
G7	Bu süreci takip edecek bütçe servisi vardır. Uygulamalı olarak takibi ise <i>ilgili müdürlükler</i> tarafından yapılmaktadır.
G8	Özel İdare bünyesinde yer alan <i>13 Müdürlük vasıtasıyla Katılımcı Bütçe uygulamasına yönelik çalışmalar</i> yapılmaktadır. Katılımcı Bütçe oluşturmaya yönelik en önemli birim “Mali Hizmetler Müdürlüğü”dür. Katılımcı bütçe uygulamasına ait alt yapı oluşturacak vatandaş talep ve istekleri ile uyumlu bir bütçe oluşturmak için Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı veya Müdürlüğünün kurulması gerekir. Ayrıca Stratejik Planlarda katılımın geliştirilmesi ve paydaş sayısını artırılması ve katılımcı bütçeleme tekniğini geliştirilmesi amacıyla eğitim, seminer ve konferanslar düzenleyecek birimlerin hayata geçirilmesi ve sivil toplum kuruluşları ile etkin bir işbirliği gerekir.
G9	<i>Plan-proje, çevre koruma ve yol, su, kanalizasyon ve imar müdürlükleri</i> başta olmak üzere genel anlamda 13 yatırımcı müdürlük ortaklaşa çalışarak katılımcı bütçe uygulamasına önemli hizmetler sunmaktadırlar.
G10	Köylerde vatandaşlara yapılan toplantılarda ihtiyaçlar toplanmakta karar verilen yatırımlar için bütçeye ödenek konulmaktadır.
G11	Bütçe çalışmalarını yapan başta <i>bütçe servisi olmak üzere diğer müdürlükler</i> Uşak İl Özel İdaresinin katılımcı bütçe uygulamasına ait alt yapı oluşturacak birimleridir.

Katılımcı bütçe çalışmalarına yönelik özel bir birimin olmadığı, Uşak İl özel İdare bünyesinde bulunan müdürlüklerin bir araya gelerek çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte, genellikle kırsal ile ilgilenen il özel idarelerin köy muhtarları tarafından köy meydanlarında yapılan toplantılar sonucunda öncelikli çalışmaların belirlendiği görülmektedir.

Soru 8: Uşak İl Özel İdaresinin katılımcı bütçeye yönelik çalışmaları hangi düzeydedir?

Sekizinci soru, Uşak İl özel idarisinde katılımcı bütçe çalışmalarının hangi seviyelerde yapıldığı görebilmek için görüşmecilere bu soru yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar çok tatmin edici düzeyde olmadığı görülmektedir ve direk cevaplar aşağıda verilen Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9. Uşak İl Özel İdaresinin Katılımcı Bütçeye Yönelik Çalışmaları Hangi Düzeydedir?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
G1	Katılımcı bütçe uygulamasına yönelik şu an yeteri kadar bilgiye sahip değilim.
G2	Biz şu anda prensip olarak fayda ve maliyet analizi yaparak daha öncelikli olan hizmet ve yatırımlara bütçede yer veriyoruz. Gerçekten faydası olmayan çalışmalara öncelik vermiyoruz. Bu bağlamda katılımcı bütçeye yönelik çalışmalar yerinde vatandaş odaklı olarak sürdürülmektedir. Özellikle bizim açımızdan kırsal alanda yapılan muhtar toplantıları katılımcı bütçeye yönelik çalışmalarımıza yön vermektedir. Bu çalışmalarda muhtar talep formları ve yatırım kartları ile halkın gerçek ihtiyaçlarının yerinde tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Söz konusu hizmetler yerine getirilirken İl Özel İdaresinin mali imkanları hizmetlerin önceliği ve aciliyetine önem verilmektedir. 2007 yılında başlatılan katılımcı bütçe çalışmasının devamı niteliğinde olan bütçe çalışmaları kısmen de olsa devam ettirmeye çalışılmaktadır. Bu kapsamda stratejik planda geniş bir katılım sağlamak için paydaş analizi yapılarak iç ve dış paydaşlar belirlenmekte ve katılımcı bir bütçe oluşturulmaya çalışılmaktadır. 2007 yılında yapılan çalışmalarda yatırım önceliklendirme formu” ile puanlama yapılarak kurumların yatırımlarının öncelik sırası ve önem sırası belirlenmiş ve buna istinaden bütçe oluşturulmuştur. Ancak şu anda bu uygulama devam ettirilmemektedir.
G3	<i>2007 yılında yapılan çalışmalar kısmen de olsa sürdürülüyor.</i> Şu anda stratejik plan hazırlanırken iç ve dış paydaş kurumlar belirlenip yatırım kartları uygulaması ile yatırımlar önceliklendirilerek il özel idaresinin imkanları dahilinde yerine getirilmektedir. Daha çok acil olan hizmet ve yatırımlara öncelik verilmektedir. Köylere yönelik yapılacak hizmet ve yatırımlar köy muhtarları ile yapılan toplantılarda görüşülmekte ve muhtar talep formları ile köylerin ihtiyaç duydukları hizmet ve yatırımlar belirlenmektedir. Özel İdare olarak kırsal kesime yönelik daha çok halkın talepleri doğrultusunda katılımcı bütçeleme faaliyetleri gerçekleştiriliyor. Kırsal kesimde vatandaşlar taleplerini muhtarlar aracılığıyla idaremize bildirmektedir.
G4	<i>2020 planlamanın teklif aşamasındayız. Ekim Ayı itibariyle katılımcı bütçenin oluşturulması planlanıyor.</i>
G5	<i>Uşak il özel idaresi katılımcı bütçeye yönelik daha çok kırsal alanda hizmet üretmekte ve kırsalı esas almaktadır.</i> Şu anda katılımcı bütçe oluşturmaya yönelik hizmet ve yatırımlar köylerin kalkınmasına ve gelişmesine yönelik olup, yapılacak hizmet ve yatırımların kararı halkın sözcüsü konumunda olan köy muhtarları ile birlikte alınmaktadır. Son dönemlerde vatandaşların idaremizden talep ettiği hizmetlerin başında genellikle sosyal amaçlı hizmetler gelmektedir. En çok talep edilen hizmet ise çok amaçlı toplantı salonlarıdır.
G6	<i>2007 yılında pilot proje olarak uygulandıktan sonar tekrar kapsamlı bir uygulama yapılmamıştır.</i>

G7	Bütçe hazırlanırken katılımın çok daha geniş alana yayıldığı ve ihtiyaçların en verimli ve hızlı bir şekilde nasıl giderilebileceği değerlendirilmektedir.
G8	<i>Uşak İl Özel İdaresi Katılımcı Bütçeye yönelik çalışmalar 2007 yılında yapılan katılımcı bütçe çalışmasının kısmen devamı niteliğindedir. 2007 yılındaki çalışmada halkın talep ettiği hizmetlere yönelik yapılan anket çalışmasında en dikkat çekici sonuç Katı Atık Projesiydi. Daha sonraları özel idaresince yapılan hizmetlere yönelik vatandaş memnuniyet anketleri yapılmış, Yatırım Karnesi uygulaması ile kurumların bütçeleme faaliyetlerine katılımı sağlanmaya çalışılmıştır. Şuan katılımcı bütçelemeye ilişkin çalışmalarımız daha çok kırsal kesime(köylere) yönelik yatırım ve hizmetlerdir. Yapılacak hizmet proje ve yatırımlar yerinde halkın ve muhtarların katılım ile yapılan toplantılar neticesinde öncelik ve önemine göre karar verilmektedir. Ayrıca köy muhtarlarının talep ve isteklerinin muhtar talep formları ile toplanmasıyla kırsal kesime ilişkin yatırım ve hizmetler belirlenmekte, encümen ve meclis üyelerinin sahadaki çalışmaları kırsal kesime yönelik yapılacak yatırım ve hizmetlerde önemli rol oynamaktadır.</i>
G9	Uşak İl Özel İdaresi katılımcı bütçe uygulamasına yönelik azami ölçüde gayret göstermektedir. Bu konudaki çalışmalar daha çok <i>köylere yönelik</i> olup muhtarlar vasıtasıyla halkın öncelikli ihtiyaçları tespit edilip bütçe oluşturulmaktadır.
G10	-
G11	Uşak İl Özel İdaresinin katılımcı bütçeye yönelik çalışmalarında kurumla ilgili olan kişilerin talepleri göz önünde bulundurulmaya çalışılmaktadır. Bunu yaparken de kurumların ihtiyaçlarının tespiti için yatırım kartları kullanılmaktadır.

Katılımcı bütçeye yönelik çalışmaların hangi düzeyde olduğu ile ilgili katılımcılardan bir tanesi cevap vermez iken, bazı katılımcılar ise 2007 yılında pilot uygulama olarak yapılan katılımcı bütçe çalışmalarının şuanda da kısmen devam ettiğini belirtmişlerdir. Bu durum ise, Türkiye’de katılımcı bütçe uygulamasının yurtdışı uygulamalarında olduğu gibi yapılmadığının bir göstergesidir. Bununla birlikte bu soruya, kırsal alanların kalkınmasını amaçlayan İl Özel idaresinin öncelikli olarak köylere önem verdiğini de belirtmişlerdir.

Soru 9: Uşak İli için tasarlanan katılımcı bütçe çalışmasında İl Özel İdaresi tarafından vatandaşlara yönelik gerçekleştirilen yatırım ve projeler var mıdır?

Dokuzuncu soruda ise, Uşak İl özel idaresinin katılımcı bütçe çalışmaları kapsamında halka yönelik yapmış oldukları yatırımları sorgulamaktadır. Katılımcıların cevapları ise aşağıda verilen Tablo 410’da gösterilmektedir.

Tablo 10. Uşak İli İçin Tasarlanan Katılımcı Bütçe Çalışmasında İl Özel İdaresi Tarafından Vatandaşlara Yönelik Gerçekleştirilen Yatırım ve Projeler Var Mıdır?

Katılımcı Kodu	Katılımcı Cevabı
----------------	------------------

G1	Köylülerimize malzeme temini yapıp imece usulü dediğimiz köy yardımlaşma davranışı ile ihtiyaçlarını karşılansınlar ancak köylü işçilik olarak ta bunu bizim karşılamamızı istediği için bu tamamlanamayan bir proje olarak kaldı. Köy yardımları katılımcı bütçe uygulamasına yönelik bir hizmettir Kaşbelen köyünde doğalgaz talebi nedeniyle imar planı yapıyoruz. Ağaçbeyli için de imar planı yapıyoruz
G2	Yol döşeme çalışmaları yapıyoruz. “Çok amaçlı salon gibi” çalışmalarımız var bunu da belirlerken şunlara dikkat ediyoruz; bölgenin nüfus yoğunluğunu ve bölgenin yaş oranı ve bölgenin büyüme oranı göz önünde bulundurularak çalışma yapıyoruz. Bu veriler uygunsa bu çalışmaları yapıyoruz. Taleplerin bize ulaşmasındaki çalışmalarımız köylere gidip yerinde görmek oluyor çoğunlukla da çalışmalarımız köylerle ilgili olduğu için köy muhtarları ile birlikte gidip yerinde çalışma yapıyoruz. Bu projeye de şöyle diyebiliriz; yatırım müzakere masası diye adlandırabiliriz.
G3	Esas itibariye Özel İdarenin yapmış olduğu hizmet ve yatırımlar vatandaş odaklı proje ve hizmetler olup vatandaşlar tarafından en çok talep edilen hizmet ve yatırımlar şunlardır: Çocuk oyun alanları, imam evi, Kur'an Kursu Binası, Köy Konağı, İçme suyu, Yol, Kanalizasyon, sosyal faaliyet niteliğinde yapılan çok amaçlı salonlardır.
G4	Köy içi parke döşeme, çok amaçlı toplantı salonu köyler arası asfalt, hayvan içme suyu göleti içme suları arıtma tesisidir.
G5	Katılımcı Bütçe Açısından vatandaş odaklı hizmet ve yatırımlarımız arasında; <ul style="list-style-type: none"> • Tarımsal sulama için trafo hatlarının kurulması • Köy ve tarla yolları için greyderlerin yakıt ücretlerinde katılım projesi, • Örtü altı seracılığı • Çok amaçlı salonlar • Yol, içme suyu ve alt yapı hizmetleri, • Çocuk oyun parkları, • Köy konakları(Örneğin; Karakuyu'da yapılan çalışma) yer almaktadır.
G6	Köylerimizde muhtarlar aracılığıyla idaremize bildirilen vatandaş talepleri gerçekleştirilmektedir. (Yol, su, kanalizasyon yatırımları vb.)
G7	Yol, su ve kanalizasyon gibi alt yapı projeleri vardır.
G8	İl Özel İdaresince daha önce sadece yol, su, kanalizasyon gibi alt yapı hizmetleri yerine getirilirken, vatandaş odaklı Katılımcı Bütçe uygulamasına yönelik kırsal kesime yürütülen çalışmalarda sosyal kültürel alanlara yönelik talepleri(çocuk oyun grupları, çok amaçlı salonlar, köy konakları vb.) daha çok talep edilmeye başlamıştır.
G9	Genel anlamda tüm proje ve yatırımlarımız katılımcı bütçe uygulamasına yönelik hizmetler olup tümünün ortak tarafı köylünün yani kırsal kesimin refahını artırıcı hizmetler sağlanmaktadır. Daha çok katı atık toplanması ve alt yapı hizmetleri vatandaş talepleri doğrultusunda gerçekleştirdiğimiz katılımcı bütçe proje ve yatırımlarıdır.
G10	İdaremizin vatandaş odaklı bir çok yatırım ve projesi bulunmaktadır.

G11

Kurumumuzun bu yönde yatırım ve projeleri bulunmaktadır. Özellikle yatırımcı şube müdürlükleri vasıtasıyla katılımcı bütçe oluşturmaya yönelik ortaklaşa çalışmalar yürütülmektedir. Bunların en başında yol, su, kanalizasyon, içme suyu ve alt yapı çalışmaları ile imar ve tarım müdürlüklerinin proje ve yatırımları bulunmaktadır. Doğrudan kurumların ve köylerde muhtarların talepleri göz önünde bulundurularak bütçe oluşturulmakta hizmet öncelikleri tespit edilmekte ve bu yönde çalışmalar yapılmaktadır. Daha çok kırsal kesimin refahının yükseltilmesine yönelik hizmetler gerçekleştirilmektedir. Köylere yönelik halkın talep ve istekleri muhtarlar aracılığıyla kurumumuza bildirilmektedir. Muhtar talep formlarında yer verilen hizmetlerin öncelikleri tespit edilmektedir. Bu talep ve isteklerden gerçekleştirilen projelerin belli başlıları şunlardır;

- Çok amaçlı toplantı ve düğün salonları
- Köy içi kilit parke taş döşeme hizmetleri, çocuk oyun grupları
- Köy içme suyu ve tarımsal sulama hizmetleri
- Katı atıkların yerinde toplanması projesi

Katılımcı bütçeye yönelik vatandaşa yönelik birçok projenin ve yatırımın olduğunu beyan eden katılımcılar, spesifik olarak örnek verdiklerinde genellikle yapılan hizmetlerin altyapı çalışmalarına yönelik yatırımlar ve projeler olduğu görülmektedir. Bununla birlikte öncelik olarak kırsal bölgelerin sorunlarına öncelik verildiği görülmektedir.

Sonuç

Günümüzde, bilgi toplumu ve küreselleşme kavramlarının popüler olduğu bir zaman diliminde, toplumların yönetim anlayışında bir değişiklik olmaması kabul edilmemektedir. Bu nedenle, kamu yönetimindeki büyük dönüşüm 1980'li yıllardan sonra yaşanmaya başlamıştır ve yönetim daha katılımcı, açık/şeffaf, hesap verebilir, yönetim, verimlilik, tutumluluk gibi ifadelerin olduğu yeni yönetim modelleri benimsenmeye başlamıştır. Bugünün şartlarında, devletler ve toplumlar merkezi hükümet yapıları yerine yerel yönetim yapıları tercih etmektedir. Ancak, bu durum yerel yönetimlerin etkili ve verimli hizmetler üreten kurumlara dönüşmesi ile mümkündür. Bunun için yerel yönetimlerin demokratik değerlere dayanması son derece önemlidir.

Tam demokrasi ancak yerel yönetim kanallarının toplum yararına işlevsel hale getirilmesiyle sağlanabilmektedir. Yerel yönetimler, yerel olarak topluluklarla ilgili konularda kendileri için kararlar veren bir organizasyon türüdür. Vatandaşlar yerel yönetimlerde demokratik ilke ve davranış alışkanlığı kazanmaktadır. Özellikle yerel yönetimlerde katılım anlayışını uygulamak kolay olmamakla beraber, başarılı örneklerin var olduğu gerçeği de yadsınmamalıdır. Katılımcı bütçe sürecini başarılı kılacak faktörlerden biri şüphesiz, vatandaşlık önceliklerinin uygulanacak hizmetlere ne derecede yansıtacağı ve bu prosesin nasıl yürütüleceğidir.

Çalışma kapsamında vaka çalışması olarak ele alınan Uşak İl Özel İdaresinin Katılımcı bütçe uygulamasının elde edilen derinlemesine görüşmelerde katılımcılara dokuz soru yöneltilmiştir ve bu sorulardan ilk üç tanesi katılımcı bütçeleme ile ilgili iken, daha sonraki 6 soru ise Uşak İl Özel idare kapsamında yapılan katılımcı bütçeleme uygulamaları ile ilgilidir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun katılımcı bütçeleme kavramı ile ilgili farkındalık düzeyinin olduğu görülmektedir. Uşak İl özel idaresi kapsamında yapılan çalışmaların ise, 2007 yılında pilot uygulama olarak yapıldığı fakat sonrasında bu uygulamaya kısmen devam edildiği belirtilmektedir. Halk ve sivil toplum kuruluşları katılımcı bütçelemeye çok dahil olmadıklarını belirtmişlerdir. Son olarak katılımcı bütçeleme çalışmaları kapsamında halka yönelik yapılan

yatırım ve projelerde öncelikli olarak kırsal alanlar olduğu ve bunların altyapı çalışmaları olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak, Uşak İl Özel İdaresi tarafından uygulanmaya çalışılan katılımcı bütçeleme çalışmalarının tamda istenildiği gibi uygulandığı söylenemez.

Çalışma kapsamında katılımcı bütçeleme ve etkinliği ile ilgili öneriler aşağıda sunulmaktadır.

- Kamu sektörünün dünyanın birçok ülkesinde daha etkin bir şekilde çalışması için devlet, düzenleyici ve denetleyici faaliyetlerde katılımcı bir anlayış benimsemelidir.
- Yerel yönetimlerin hizmet verdiği alanlarda rekabetçi piyasa yapısından yararlanması önemlidir.
- Yerel yönetimler daha fazla dinleyen katılımcı mekanizmalar oluşturmalıdır ve halkın yerel yönetimlerde karar alma süreçlerine dahil fazla dahil olmalıdır.
- Katılımcı bütçe uygulamalarının Türkiye’de yaygınlaşması için, dünyadaki örnekler ele alınarak, yerel yönetimlerin projeler ile halkı bu uygulamaya dahil etmeleri önemlidir.

Katılımcı bütçe uygulamaları merkezi yönetimden ziyade yerel yönetimlerde daha çok uygulama alanı bulmuştur. Katılımcı bütçeleme, yerel yönetim, sivil toplum ve özel sektör arasındaki bağlantıyı güçlendirmek, bölgesel politikalarda öncelik sırasına koymak, kamu kaynaklarının dinamik kullanımı ve kaynak dağıtımında verimlilik, hizmet sunumunda şeffaflığın artması ve katılımcı demokrasinin güçlendirilmesi için bir araçtır. Katılımcı bütçelemenin başarısı için ana kıstas, yurttaşların ve diğer iştirakçilerin sisteme en erken derecede dahil edilmesidir.

Kaynakça

- Altıngöz Zarplı, S. (2017). *Kamu Bütçelemesinde Yeni Bir Yaklaşım Olarak Katılımcı Bütçeleme: Türkiye’de Belediyelere Yönelik Bir Araştırma*, Doktora Lisans Tezi. Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Baha, H. (2016). *An Introduction on Descriptive Analysis; Its advantages and disadvantages*. Leuphana Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. https://www.academia.edu/25307454/Title_An_Introduction_on_Descriptive_Analysis_Its_advantages_and_disadvantages, Erişim Tarihi: 18.08.2019.
- Blandford, Ann (2013): *Semi-structured qualitative studies*. In: Soegaard, Mads and Dam, Rikke Friis (eds.). *"The Encyclopedia of Human-Computer Interaction, 2nd Ed."*. Aarhus, Denmark: The Interaction Design Foundation.
- Cabannes, Y. (2004). Participatory budgeting: a significant contribution to participatory democracy. *Environment and Urbanization*, 16(1), 27-46.
- Çobanoğulları, G., ve Yereli, A. B. (2017). Katılımcı Demokrasi ve Bütçeleme. *Sosyoekonomi*, 25(1), 109-127.
- Dağlı, E. (2017). *Yerel demokrasinin sağlanmasında katılımcı bütçeleme: Bandırma ve Çanakkale belediyelerindeki yöneticilerin algısı*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.

- Ergen, Z. (2012). Yönetimden yönetişime: Katılımcı bütçeleme modeli. *Maliye Dergisi*, 163, 316-334.
- Gergerlioğlu, U., & Dibo, M. (2017). Avrupa ülkeleri ve Türkiye uygulamaları kapsamında katılımcı bütçeleme yaklaşımı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(63), 1142-1154.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Özen, A., & Yontar, İ. G. (2009). Katılımcı Demokrasi Anlayışında Bütçeleme: Katılımcı Bütçeleme. *Maliye Dergisi*, 156, 280-293.
- Sakınç S. ve Aybar Bursalıoğlu, S. (2014). Bütçelemede Demokratik Bir Değişim: Katılımcı Bütçeleme, *Electronic Journal of Vocational Colleges- May*, 4(1), s. 1-10.
- Sintomer, Y., Herzberg, C., & Röcke, A. (2008). Participatory budgeting in Europe: potentials and challenges. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(1), 164-178.
- Souza, C. (2001). Participatory budgeting in Brazilian cities: limits and possibilities in building democratic institutions. *Environment and Urbanization*, 13(1), 159-184.
- Sześciło Dawid, (2015). Participatory Budgeting in Poland: Quasi-Referendum Instead of Deliberation, *HKJU Croatian and Comparative Public Administration*, 15(2), p. 373-388.
- Taytak, M. (2019). Katılımcı Bütçe Anlayışının Üniversite Bütçeleri Açısından Uygulanabilirliği: Uşak Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 115-129.
- TEPAV (2007). İyi Yönetişim İçin Örnek Bir Model: Katılımcı Bütçeleme. *Yönetişim Etütleri Programı*. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı www.tepav.org.tr.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*.(10. Baskı) Ankara: Seçkin.



Örgütsel Özdeşleşmenin İş Tatmini Üzerine Etkisinde İşe Adanmışlığın Aracı Rolünün Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

A Research on Determination of the Mediation Role of Work Engagement in the Effect of Organizational Identification on Job Satisfaction

Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram¹

Başvuru Tarihi: 18.10.2019

Kabul Tarihi: 30.12.2019

Öz

Bu çalışmanın amacı, örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerine etkisinde işe adanmışlığın aracı rol oynayıp oynamadığını tespit etmektir. Kayseri’de faaliyet göstermekte olan kamu hastanelerinde çalışmakta olan sağlık çalışanları üzerinde alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Yapılan alan araştırması sonucunda 427 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Araştırma kapsamında frekans analizi, güvenilirlik analizi, doğrulayıcı faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizinden faydalanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda işe adanmışlığın örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerindeki etkisinde kısmi aracılık rolü oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Özdeşleşme, İşe Adanmışlık, İş Tatmini

Abstract

The purpose of this study is to determine whether work engagement plays a mediating role in the effect of organizational identification on job satisfaction. A field study was conducted on health workers working in public hospitals in Kayseri. As a result of the field research, data were obtained from 427 participants. Frequency analysis, reliability analysis, confirmatory factor analysis, correlation analysis and regression analysis were used. As a result of the analyzes, it has been found that work engagement plays a partial mediating role in the effect of organizational identification on job satisfaction.

Keywords: Organizational Identification, Work Engagement, Job Satisfaction

¹ Samsun Üniversitesi İİBF, ali.bayram@samsun.edu.tr, ORCID: 0000 0002 0732 0483

Giriş

Son yıllarda, birçok alanda örgütsel davranışın anlaşılması için sosyal kimlik kuramının faydasını tartışan birçok araştırma ortaya konulmuştur. Teorik olarak, bir kişinin yaptığı iş ve işin özelliklerinin, örgütün sağladığı sosyal kimlikten türetilen motivasyonel güçlerle daha bilişsel değerlendirmelerinin birleşimi, işyerinde davranış ve tutumları genel olarak etkilemektedir. Bunun yanında psikolojik süreçlerden etkilenen iş tatmini konusunda belirsiz olan noktalar vardır. Özellikle iş tatmininin işgörenlerin performansı üzerindeki etkisi göz önüne alındığında belirsiz noktaların aydınlatılması uygulayıcılar açısından faydalı olabilir.

Örgütsel özdeşleşme, bir kişinin çalıştığı örgüt içinde aidiyet duygusunu ifade eder. İşle ilgili tutumlarda ve örgütsel davranışta örgütsel özdeşleşmenin önemine rağmen, çok az araştırma bunları birbirine bağlayan mekanizmaları doğrudan incelemiştir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada örgütsel kimliğin iş tatminine etkisinde işe adanmışlığın aracı rolü oynayıp oynamadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar, örgütsel özdeşleşmenin etkileri hakkında değerli bilgiler sağlar ve çalışma kimliğinin bağlamı olarak sosyal kimliği anlamadaki bazı boşlukları ele alır. Ayrıca ulusal literatür incelendiğinde üç değişken arasındaki ilişkiyi araştıran bir araştırmaya rastlanılmamış olup; uluslararası literatürde sadece bir çalışmaya rastlanılmıştır. İşe adanmışlığın bahsi geçen ilişkide aracı rolünün tespit edilmesinde bootstrapp (yeniden örnekleme) yöntemi kullanılmıştır. Bu yönleri ile çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Örgütsel Özdeşleşme

Özdeşleşme kavramını ilk kez kullanan Kelman'a (1958) göre "özdeşleşme belirli bir ilişki içinde yer alan kendi kendini tanımlayan bir cevaptır" ve bir bireyin, "başka bir kişi ya da grupla tatmin edici bir ilişki kurmayı, sürdürmeyi ve onlara benzemeyi" kabul etmesi anlamına gelir (Kelman, 1958, s. 52). Buradaki kilit nokta, özdeşleşmenin çalışan ile örgüt arasında bir ilişki biçimi içerdiği ve bu ilişkinin bireyin öz kavramını oluşturduğu fikridir. Ayrıca özdeşleşme, örgütün bireyin inançlarını bir şekilde etkileyebileceği anlamına da gelmektedir (Edwards, 2005. s. 209). Özdeşleşme, bireyin kendini daha büyük bir bütünün parçası olarak algıladığı psikolojik bir durumdur (Rousseau, 1998, s. 217).

Örgütsel özdeşleşme, "birey ile örgüt arasında, bireyin örgütle sosyal bir varlık olarak içten, kendini tanımlayan, duygusal ve bilişsel bir bağ hissettiği bir psikolojik bağlantı" olarak tanımlanmaktadır (Edwards ve Peccei, 2007, s. 30) ve bir üyenin kurumu tanımladığına inandığı aynı özelliklerle kendisini tanımlamasıdır (Dutton vd. 1994, s. 239). Benzer şekilde, Mael ve Ashforth, örgütsel özdeşleşmeyi "bireyin kendisini üyesi olduğu organizasyon açısından tanımlaması" bir kuruluşla birliktelik veya kuruluşa ait olma algısı olarak belirtmektedir (Mael ve Ashforth, 1992, s. 104). Özdeşleşme bireyin sosyal kimliklerinin bir parçası olarak örgütsel kimliğin bir sonucudur (Ashforth ve Mael, 1989).

Sosyal kimlik, “bireyin bir sosyal gruba (veya gruplara) üyeliği konusundaki bilgisiyle bu üyeliğe bağlı değer ve duygusal önemi ile türeyen bireyin benlik kavramının bir parçası” olarak tanımlanmaktadır (Tajfel, 1978, s. 63).

Ashforth ve Mael (1989) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, sosyal kimlik teorisini örgütsel davranış literatürüne dahil ederek, örgütsel özdeşleşme ile alakalı aşağıdaki sonuçları açıklamaktadırlar;

- Bir kurum diğer kurumlarla kıyaslandıklarında daha farklı şekilde zihinde konumlanıyorsa, özdeşleşme ihtimali artmaktadır.
- Kurum üyeleri kurum kimliğinin cezbediciliğini büyük oranda hissettiklerinde, öz saygınlıkları artmakta ve örgütsel özdeşleşme meydana gelmektedir.
- Kurum üyeleri kurumun imajını ne kadar yüksek seviyede hissederse, kurumla özdeşleşme ihtimalleride o seviyede yükselir.
- Çalışan ile kurum arasındaki ortak hedef, birlikte etkileşim, ortak geçmişe sahip olma ve benzerlikle beraber özdeşleşme gelişmektedir, kurum dışındaki kişilerden gelen tehditler, çalışanın kendi grubuna olan özdeşleşme seviyesini yükseltmektedir.

Örgüt ile işgören arasındaki özdeşleşme süreci, iş görenlerin değerleri ile örgütsel kimlik arasında ortak paydaya sahip olmaları sonucunda meydana gelmektedir (Larson ve Pepper, 2003).

Patchen (1970), ise örgütsel özdeşleşmeyi aşağıda ifade edilen 3 oluşumun bir bileşimi olarak kavramsallaştırmaktadır: (1) bireyin diğer örgüt üyeleri ile paylaştığı ilgi alanlarına ve hedeflerine sahip olduğu ortak özelliklerin algılanması; (2) bireyin o kuruma ait olduğunu hissettiği bir dayanışma hissi; ve (3) bireyin örgütsel amaç ve politikalarını desteklemesi ve savunduğu örgüt tarafından destek gördüğü algısıdır.

Örgütsel özdeşleşme, çalışanların örgütleriyle ilişkileri ile ilgilidir ve kuruluşla “algılanan birlik” olarak tanımlanır (Ashforth ve Mael, 1989). Çalışanlar örgütleriyle kendilerini özdeşleştirdiklerinde iş tatmini ve motivasyon artarken devamsızlık ve işten ayrılma niyetleri azalmaktadır (Lee, 1971).

İş Tatmini

İş tatmini, iş görenlerin işlerine karşı hissettikleri memnuniyet düzeyidir ve kaynakların mevcudiyeti, ekip çalışması, takip eden denetçiler ve kişisel tutumlar gibi farklı faktörlerle güçlendirilir (Abraham, 2012). İş tatmini, bir çalışanın kendi işine yönelik genel tutumudur. İşinden memnun olan bir iş gören, işe karşı pozitif bir tutum göstermektedir (Robbins, 2000, s. 20). Sosyal bilimciler arasında, iş tatmininin, belirli bir işe pozitif bir duygusal tepki olduğu konusunda yüksek düzeyde bir uzlaşma vardır (Oshagbemi, 2003). İş tatmini üniter bir kavram değildir. Bir çalışan, işinin bir yönü ile nispeten tatmin olabilir ve bir veya daha fazla başka yönden tatminsizlik yaşayabilir (Kreitner ve Kinicki, 2004, s. 202). Churchill vd. (1974), iş tatmini yapısının aşağıdaki bileşenlerden oluştuğunu ifade etmektedir: işin kendisi, diğer çalışanlar, denetim, şirket politikası ve desteği, ücret, terfi ve ilerlemedir.

- İşin kendisi, çalışanlar için başarı, ilerleme ve büyüme sağlayan ilginç ve önemli bir iş, dahası sorumluluk, özerklik, rol netliği, yöneticilerden geribildirim ve rol çatışması eksikliği iş tatminini artırmaktadır. (Henne ve Locke, 1985: 221-240).
- Diğer çalışanlar, Robbins (2000), dostane ve destekleyici iş arkadaşlarının iş tatmini artışına yol açtığını belirtmiştir.
- Denetim, çalışanlar düşünceli, dürüst, adil ve yetkili denetçilerden hoşlanırlar. Ayrıca iyi bir performans için takdir edilmek, ödüllendirilmek ve karar verme sürecine katılmak isterler (Henne ve Locke, 1985, s. 221-240).
- Şirket politikası, çalışanlar, kendilerine ve değerlerine saygı gösteren ve etkin bir şekilde yönetilen bir organizasyonda çalışmak isterler.
- Ücret, bir işçinin iş tatmini veya memnuniyetsizliğinin genel düzeyini etkiler (Oshagbemi ve Hickson, 2003, s. 357-367). Çalışanlar ihtiyaçlarını karşılamak için adil ve yeterli ödeme isterler (Henne ve Locke, 1985, s. 221-240).
- Terfi, daha yüksek statü, artan sorumluluk ve/veya daha yüksek maaşla bir pozisyona ilerlemeyi ifade eder (Jackson ve Schuler, 2000, s. 265).

Çalışma ortamı çalışanların ihtiyaçlarını ve değerlerini ne kadar önemsiyorsa, çalışanların işlerinden o kadar memnun kaldıkları ortaya çıkar (Papoutsis vd., 2014).

İş tatminini etkileyen faktörler 4 kategoriye ayrılmaktadır: çevresel faktörler, stratejik çalışan tanınma faktörleri, bireysel faktörler ve psikolojik refah faktörleridir.

- a) Çevresel faktörler arasında iletişim türü ve ast-üst ilişkisi yer almaktadır.
- b) Stratejik çalışan tanınma faktörleri arasında finansal yönler ve işyeri kültürü ve sosyalizasyonu, ve bu faktörlerin memnuniyeti nasıl etkilediği bulunmaktadır.
- c) Bireysel faktörler, çalışanların duygularını ve ruh hallerini, genetiğini ve ekiplerle veya bireylerle çalışma şeklini, problem çözme kabiliyetini, yabancılaşma ve kontrol odağı gibi kişilik özelliklerini içerir.
- d) Psikolojik refah faktörleri, çalışanın yaşamının birincil yönleriyle ilgilidir: iş, aile, topluluk vb. (Rothbard, 2001).

İşe Adanmışlık

Adanmışlık, organizasyonel hedeflere yönelik odaklanmış enerjiyi ifade eder (Macey vd. 2009, s. 5). İşe adanmışlık, bireyin işini gerçekleştirirken istikrarlı, olumlu, duygusal-motivasyona sahip olma durumu olarak tanımlanır (Maslach vd., 2001, s. 417) ve basit bir deyişle enerji ile yüklü olmak ve tamamen işine adanmış olmaktır. İşe adanmışlık konusunda ilk teori ortaya koyanlardan birisi olan Kahn (1990), adanmış çalışanları fiziksel (physical), bilişsel (cognitive) ve duygusal (emotional) olarak tamamen çalışma rolleriyle bağlantılı olduklarını nitelendirmektedir.

- a) Physical (fiziksel) adanmışlık, iş görenin yüksek tempolu bir şekilde işini gerçekleştirmesi, tüm gücünü kullanması, işinde yüksek performans elde etmek için tüm enerjisini işi için tüketmesi, anlamına gelmektedir (Rich vd., 2010). Kahn (1990), çalışmalarına fiziksel olarak adanmış olan kişilerin üretkenliklerinin artacağı yönünde ifadelerde bulunmaktadır. Buna paralel olarak fiziksel adanmışlık gösteren çalışanların örgütteki performanslarında meydana gelen artışların, örgütün diğer çalışanları için de

pozitif bir dürtü oluşturacağından diğer çalışanları da harekete geçirerek yüksek verimlilik meydana geleceğini belirtmektedir (Kahn 1990).

- b) Cognitive (Bilişsel) adanmışlık, kişinin sadece bedenen değil, akıl olarak kendini işine vermesi, işinde dikkatli davranması ve basit hatalar yapmaması, işin onu cezbetmesi, işine özen göstermesi şeklinde açıklanmaktadır (Rich vd., 2010). Bilişsel/cognitive adanmışlık, çalışanların, kurumlarının onlardan neler istediğinin bilincinde olmaları halidir. Bilişsel adanmışlık ile çalışanlar yükümlülüklerinin daha çok bilincinde olduklarından dolayı, iş performanslarında artışlar olacağı gibi, çalışanlarının yükümlülüklerini yerine getirmesi daha basit olacaktır (Kahn, 1990). İşe adanmışlık en çok “enerji, bağlılık ve kendini verme ile şekillenmiş pozitif, tatmin edici ve çalışmalar ile alakalı bilinçli olma durumu” olarak tanımlanmaktadır (Schaufeli vd., 2002).
- c) Emotional (Duygusal) adanmışlık ise, çalışanın iş yerinde arzulu olması, enerjili hissetmesi, işine alaka göstermesi, işiyle gururlanması, işiyle ilgili pozitif duygulara beslemesi ve işini severekten ifa etmesi anlamına gelmektedir (Rich vd., 2010).
- d) Son yirmi yılda, işe adanmışlık konusundaki çalışmaların sayısı hızla artmaktadır. İşe adanmışlık, yüksek adanmışlık düzeyi ve işe güçlü bir şekilde odaklanmanın sonucunda ortaya çıkan enerjili ve heyecanlı bir durumu ifade etmektedir (Schaufeli ve Bakker, 2010). Günümüzdeki kamu ve özel kuruluşların çalışanların ilgisini çekmesi son derece arzu edilen bir durumdur çünkü adanmışlığın, yüksek düzeyde yaratıcılık, görev performansı, örgütsel bağlılık ve müşteri memnuniyeti ile sonuçlandığı görülmektedir (Bakker vd., 2014).

İşe adanmışlığın iş tatmininden farklı olan tarafı, işe adanmışlık, yüksek aktivasyon gösterme, yüksek enerji (vigor) ve kendini verme (absorption); iş tatmini ise genellikle mutluluğunun daha pasif bir şekli olmasıdır. Bu alt faktörler, birinin belirli hedeflere ulaşma konusundaki dürtüsünü temsil eder. Vigor, “çalışırken kişinin işine çaba harcamak isteği ve kabiliyetiyle yüksek düzeyde enerji ve zihinsel esneklik” anlamına gelir (Schaufeli vd., 2002).

Absorption, çıkar ilişkilerini göz önünde bulundurmadan, büyük zevk ve dürtüyle faaliyet gösteren, tamamen iç içe geçmiş bir zihin durumu olarak tanımlanan “akışa” benzer olarak kabul edilir (Csikszentmihalyi, 1990).

İşe adanmışlık, iş gören performansını, iş tatminini, işten ayrılma niyetini, müşteri memnuniyetini, kurumsal başarıyı ve firma karlılığını önemli ölçüde etkilediği için örgütsel sağlığın kilit bir göstergesi olarak kabul edilir (Harter vd., 2002).

Literatür Taraması

Yapılan literatür taraması sonucunda işe adanmışlık konusunun son yıllarda araştırmacılar tarafından üzerinde sıklıkla durulmaya başlanılan konulardan birisi haline geldiği görülmektedir. Özkalp ve Meydan (2015) “Schaufeli ve Bakker Tarafından Geliştirilmiş Olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçe 'de Güvenilirlik ve Geçerliliğinin Analizi” başlıklı çalışmalarında bir süper market zincirinde çalışan 146 çalışan ile gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda işe adanmışlık ile iş tatmini arasında ,48, duygusal bağlılık ile ,49 ve örgütsel özdeşleşme ile ,50 düzeyinde pozitif anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir. Murray ve arkadaşları (2015), ‘Organizational identification, work engagement, and job satisfaction’ adlı çalışmalarını

İngiltere'deki 3 farklı kuruluştaki toplam 177 çalışan üzerinde gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucuna göre örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasında pozitif ilişki ($r=0.39$, $p<0.01$); Örgütsel özdeşleşme ile işe adanmışlık arasında pozitif ilişki ($r=0.50$, $p<0.01$); İşe adanmışlık ile iş tatmini arasında ($r=0.63$, $p<0.01$) pozitif ilişki tespit etmiştir.

Feather ve Rauter (2004) gerçekleştirdikleri araştırmada örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasında pozitif, 31 düzeyinde anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir. Van Dick ve arkadaşları (2004) dört farklı örneklem üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasında ,21 ile ,52 arasında değişen düzeylerde pozitif ve anlamlı ilişkiler ortaya koymuştur. Amiot ve arkadaşları ise 662 eski havayolu çalışanı ile gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasında ,43 düzeyinde anlamlı ilişkiler ortaya koymuşlardır.

Anaza ve Rutherford (2012) çalışmaları sonucunda örgütsel özdeşleşme ile işe adanmışlık arasında ,38 düzeyinde anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir. Chughtai ve Buckley (2009) ise Pakistan'da öğretmenler üzerine gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda örgütsel özdeşleşme ile işe adanmışlık arasında ,35 düzeyinde ilişki tespit etmişlerdir. Ötken ve Erben (2010) İstanbul'da bankacılık, sigortacılık, telekomünikasyon, ilaç ve kimya sektöründe çalışmakta olan 100 beyaz yakalı çalışan ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında örgütsel özdeşleşme ile işe adanmışlık alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler ortaya koymuşlardır. Gözükara ve Şimsek (2016) özel bir üniversitede çalışmakta olan 252 katılımcıdan elde edilen verilerle yaptıkları analizler sonucunda örgütsel özdeşleşme ile işe adanmışlık arasında pozitif anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir.

Arslan ve Demir (2017) 60 sağlık çalışanı ile gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda işe adanmışlık ile iş tatmini arasında ,634 düzeyinde pozitif ilişki tespit etmişlerdir. Giallonardo ve arkadaşları (2010) ise hemşireler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada işe adanmışlık ile ,39 düzeyinde ilişki tespit etmişlerdir. Shamaa ve arkadaşları (2015) işe adanmışlık ile iş tatmini arasında ,692 ve işe adanmışlık ile örgütsel bağlılık arasında ,795 düzeyinde ilişkiler ortaya koymuşlardır.

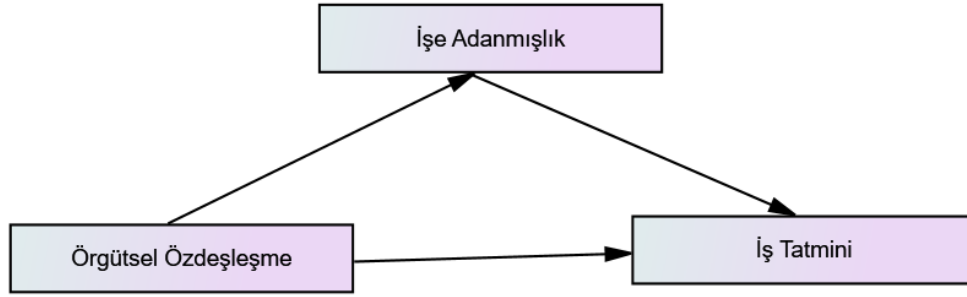
Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın Amacı, Hipotezleri ve Modeli

Araştırmanın amacı örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerine etkisinde işe adanmışlığın aracılık rolünün tespit edilmesidir. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezi aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

H₁: Örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerine etkisinde işe adanmışlığın aracı rolü vardır.

Araştırmanın modeli Şekil 1'de görüldüğü gibidir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Evren ve Örneklem

Hazırlanan anket formu, Kayseri’de faaliyet göstermekte olan kamu hastanelerinde çalışmakta olan sağlık personeline uygulanmıştır. Kolayda örneklem yöntemi ile 500 anket formu dağıtılmış, toplamda geri dönen anket formları içerisinde eksik cevaplananlar çıkarıldıktan sonra 427 anket çalışmaya dahil edilmiştir.

Ölçüm Araçları

Araştırma, katılımcıların araştırma değişkenlerine ilişkin görüşlerini tespit etmek için geliştirilmiş olan anket formu aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Anket formunu hazırlanmasında Schaufeli ve Bakker (2003) tarafından geliştirilen 9 ifade ve 3 boyuttan oluşan işe adanmışlık ölçeği, Judge ve arkadaşları (1998) tarafından geliştirilmiş 5 ifade ve tek boyuttan oluşan iş tatmini ölçeği ve Van Dick, Wagner ve Oliver (2004) tarafından geliştirilen 7 ifade ve tek boyuttan oluşan örgütsel özdeşleşme ölçeği kullanılmıştır. Anket çalışması için beşli Likert ölçeği esas alınmıştır.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach’s Alpha katsayıları sırası ile işe adanmışlık ölçeği için ,811, iş tatmini ölçeği için ,759 ve örgütsel özdeşleşme ölçeği için ,763 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar elde edilen verilerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Bulgular

Demografik Bulgular

427 katılımcının demografik özellikleri incelendiğinde katılımcıların büyük bir çoğunluğunun kadın olduğu (326 kadın, 101 erkek), evli olanların sayılarının bekar olanlardan fazla olduğu (302 evli, 125 bekar) olduğu tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi itibarıyla çalışanların 71,6’sının lisans mezunu olduğu ve örneklemin yaş ortalamasının 33,44 olduğu hesaplanmıştır. Örneklemden elde edilen demografik bulguların sağlık sektöründe çalışan işgörenlerin genel karakteristiğini sergilediği söylenebilir.

Araştırma Değişkenleri İle İlgili Bulgular

Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri

Ölçeklerde yer alan ifadelerine verilen cevapların ortalama, standart sapma ve varyans değerleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Varyans Değerleri

	Ortalama	Standart Sapma	Varyans
Örgütsel Özdeşleşme	3,4333	,29714	,088
İşe Adanmışlık	3,7431	,47465	,225
İş Tatmini	3,9833	,70775	,501

Katılımcıların verdiği cevaplardan hareketle hesaplanan ortalama değerlerinin 3,43 ile 3,98 arasında değiştiği ve standart sapma değerlerinden hareketle katılımcıların birbirine yakın cevaplar verdiği görülmektedir. Ayrıca her bir ifadeye ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinden hareketle elde edilen verilerin normal dağılım varsayımını karşıladığı tespit edilmiştir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 2'de araştırma modelinde yer alan değişkenlerin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları görülmektedir. DFA verilerinden elde edilen bir modeli doğru bir şekilde tanımlamak için tek bir istatistiksel anlamlılık testi yeterli değildir ve çeşitli kriterlere göre değerlendirilmelidir. Uyum iyiliği indekslerinden elde edilen sonuçlardan hareketle değişkenlere ilişkin yapıların doğrulandığını göstermektedir. Böylece değişkenlerle ilgili yapıların analizde kullanılan ampirik verilerle tutarlı ve uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Endeksler	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	İşe Adanmışlık	İşe Adanmışlık	İş Tatmini	Örgütsel Özdeşleş
CFI	$,970 \leq CFI \leq 1,000$	$,950 \leq CFI \leq ,970$,973	,997	,994	,966
HOELTER	≥ 200	$75 \leq HOELTER \leq 200$	210	250	464	224
IFI	$,950 \leq IFI \leq 1,000$	$,900 \leq IFI \leq ,950$,973	,997	,999	,966
NFI	$,950 \leq NFI \leq 1,000$	$,900 \leq NFI \leq ,950$,963	,989	,975	,953
PCLOSE	$\geq 0,05$,912	,925	,393	,153
RFI	$,900 < RFI \leq 1,000$	$,850 < RFI \leq ,900$,940	,985	,991	,910
RMSEA	$,000 \leq RMSEA \leq ,050$	$,050 \leq RMSEA \leq ,080$,050	,027	,043	,065
TLI	$,95 \leq TLI \leq 1,000$	$,900 \leq TLI \leq ,950$,956	,983	,984	,934
χ^2/df	$,000 \leq \chi^2/df \leq 2,000$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	3,730	1,198	2,179	3,404

Kaynak: (Hooper and Mullen 2008; Wang and Wang, 2012)

Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmanın bu aşamasında araştırma modelinin test edilebilmesi için korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Korelasyon analizi, ilgili analizlerin pazarlama araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Doğrusal ilişkileri ortaya çıkarmaya yarayan korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında bir değerdir. Katsayı pozitif ise, değişkenlerden biri artarken diğeri de artıyor; negatif ise, değişkenlerden biri artarken diğeri azalıyor demektir. Değişkenler arasındaki ilişki düzeyleri tabloda görüldüğü gibidir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

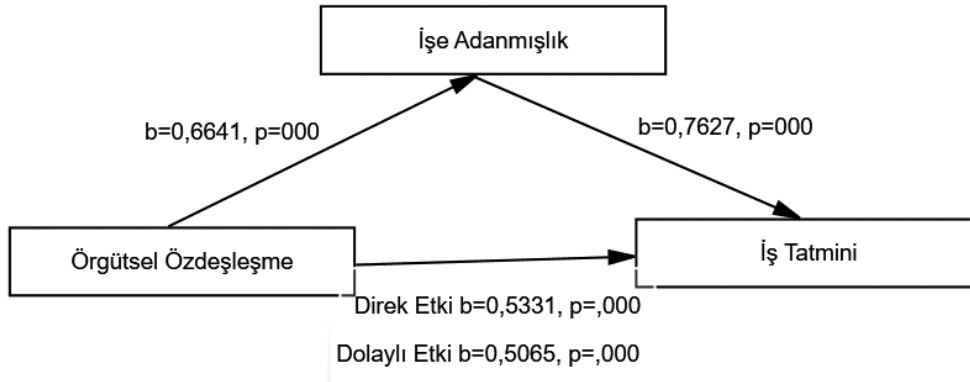
Değişkenler	1	2	3	4
Örgütsel Özdeşleşme	1			
İşe Adanmışlık	,416**	1		
İş Tatmini	,436**	,605**	1	

Korelasyon analizi sonucunda örgütsel özdeşleşme ile işe adanmışlık arasında pozitif %41,6 düzeyinde, örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasında pozitif %43,6 düzeyinde ve işe adanmışlık ile iş tatmini arasında pozitif %60,5 düzeyinde ilişki olduğu görülmektedir.

Araştırma Hipotezinin Test Edilmesi

Aracılık hipotezlerini incelemek için Preacher ve Hayes'in (2004) ortaya koyduğu bootstrap yöntemi kullanılmıştır. Bu yaklaşım, aracılığın dolaylı etkilerini test etmek için büyük veri setleri oluşturması, yanlılığı azalması ve hızlandırılmış güven aralıklarının hesaplanmasına izin vermektedir. Preacher ve Hayes'in (2004) yaklaşımı, Baron'un ve Kenny'nin (1986) yaklaşımı yerine, daha büyük örneklem büyüklükleri gerektiren normallik sapmalarına duyarlılığı konusundaki sınırlamaları nedeniyle tercih edilmektedir. Ayrıca eski yöntemlere kıyasla örnekleme artırdığından dolayı aracılık analizlerinde yapısal eşitlik modelinin kullanılması tercih edilmektedir. Analizlerin yapılmasında IBM SPSS ve PROCESS 3.2. programlarından faydalanılmıştır.

Araştırma hipotezini test etmek için yapılan regresyon analizi sonuçları Şekil 2'de görüldüğü gibidir. Şekilden hareketle örgütsel özdeşleşmenin iş tatminini anlamlı olarak etkilediği ($b = 1,0396$, $SE = 0,1040$, $t = 10,0011$, $p = ,000$) ve iş tatmininde meydana gelen değişimin (R^2) %19,05'inin açıkladığı görülmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin işe adanmışlığı anlamlı olarak açıkladığı ($b = 0,66$, $SE = 0,0705$, $t = 9,42$, $p = ,000$) ve örgütsel özdeşleşmenin işe adanmışlıkta meydana gelen değişimin %17,3'ünün açıkladığı görülmektedir. Ayrıca, örgütsel özdeşleşme ($b = 0,5331$, $SE = 0,0979$, $t = 5,44$, $p = ,000$) ve işe adanmışlığın ($b = 0,7627$, $SE = 0,0613$, $t = 12,44$, $p = ,000$) iş tatminini anlamlı olarak açıkladığı ve iki değişkenin birlikte iş tatminindeki varyansın %40,7'sinin açıkladığı tespit edilmiştir.



Not: Aracılık analizi BCa bootstrapped yöntemiyle örneklemin 10.000'e çıkarılmasıyla %95 güven aralığında gerçekleştirilmiştir.

Şekil 2. Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon analizleri sonucunda örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerindeki etkisinde $b = 1,0396$ iken analize çalışmanın aracı değişkeninin olan işe adanmışlığın eklenmesi ile birlikte $b = 0,5331$ şeklinde azaldığı görülmektedir. Bu bulgulardan hareketle örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerine etkisinde işe adanmışlığın aracı rol oynadığı sonucu ortaya konulmuştur.

Sonuç ve Tartışma

Sosyal Kimlik Teorisi ve örgütsel kimlik kavramına dayanarak, çalıştıkları örgütü kişisel değerleriyle tutarlı ve öz tanımlarının bir parçası olarak gören işgörenler yaptıkları işi daha fazla severek çalıştıkları örgütten daha memnun olurlar. Yapılan analizler kurulan araştırma modelini doğrulamaktadır. Araştırma bulguları örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bunun yanında örgütsel özdeşleşme iş tatmini üzerindeki etkisini bir kısmını işe adanmışlık yoluyla aktarmaktadır. Çalıştıkları örgüt ile arasında güçlü bir bağa sahip olan işgörenler yaptıkları işe önem verir, yaptıkları işe kendilerini adarlar ve bunların sonucunda iş tatmini duyguları artar.

Yüksek derece örgütleriyle özdeşleşen ve yüksek işe adanan işgörenler, yaptıkları işin olumsuz yönlerine daha kuvvetli bir şekilde tepki vererek iş tatminleri aniden düşebilir. Gerçekten de işyerinde son derece meşgul olan bireylerin işyerinde karşılaşılan olumsuz olaylardan daha olumsuz etkilenerek bunun sonucunda işle ilgili stres faktörlerinden daha fazla etkilenirler. İşleriyle yüksek derece adanmışlık yaşayan bireyler mesaiden sonra psikolojik olarak ayrılamayabilirler. Bu durum da işgörenlerin kişisel aktivitelerine müdahale ederek bireyin genel iş değerlendirmesinin olumsuzla dönmesine neden olabilir. Yüksek derecede örgütsel özdeşleşme ve işe adanmışlık sonucunda bireyde aşırı çalışma hissine bağlı olarak işkoliklik ortaya çıkabilir. Tüm bu olumsuz beklentiler konu ile ilgili araştırma sayısının artırılarak karşılaştırma yapılmasını gerekli kılabilir.

Bu çalışmada örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasındaki ilişkide işe adanmışlık bağlantı noktası olduğu belirlenmiştir. Kimlik bireylerin tutumlarının oluşmasında etkili olan bir unsurdur. Örgüt kimlik de örgüt içerisindeki tüm işgörenlerin davranışlarının açıklanması

noktasında önemli bir değişkendir. Örgüt içerisinde çalışanların örgüt ile özdeşleşme düzeylerini artırabilmek için aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- İş yerinin çalışanların temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanması,
- Günlük çalışmaya katılımı destekleyen bir örgüt kültürü oluşturulması,
- Geri bildirim yoluyla işgörenlerin örgütün hedeflerine ulaşma noktasında sağladığı katkıların iletilmesi,
- Alınacak kararlar noktasında işgörenlerin fikirlerine başvurulması,
- Destekleyici bir çalışma ikliminin oluşturularak çalışanların güçlendirilmesi.

Belirli bir örgütün üyesi olma, örgütün değerlerine ve hedeflerine uyum gösterme, çalışanların işle ilgili biliş, tutum ve davranışlarıyla bağlantılıdır. Sosyal Kimlik Teorisine dayandırılan bu çalışma, çalışanların işe adanmışlık düzeylerinin örgütsel özdeşleşme ile iş tatmini arasındaki ilişkide nasıl bir rol oynadığını tespit etmeye çalışmıştır. Bu bulgular ulusal literatüre yeni bilgilerle katkıda bulunurken, bu alanda gelecekteki araştırmalar için de yeni zorluklar getirmektedir

Çalışma kapsamında dikkat edilmesi gereken bazı kısıtlar söz konusudur. Hazırlanan anket formu aracılığı ile katılımcılardan kesitsel veri toplanması yoluna gidilmiştir. Bu durum bazı kısıtlamaları beraberinde getirmektedir. Ayrıca katılımcıların kendilerine yönetilen ifadelerle tarafsız ve gerçek bir şekilde cevap verdikleri varsayılmaktadır. Araştırma örneklemini zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle sadece Kayseri'deki faaliyet göstermekte olan hastanelerde çalışmakta olan katılımcılar ile sınırlı tutulmuştur. Bu durum ise elde edilen sonuçların diğer sektörlere veya sağlık sektörünün tamamına genellenmesi noktasında engel teşkil etmektedir.

Kaynakça

- Abraham, S. (2012). Development of employee engagement programme on the basis of employee satisfaction survey. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance, and Marketing*, 4(1), 27-37.
- Abu-Shamaa, R., Al-Rabayah, W. A., & Khasawneh, R. T. (2015). The Effect of Job Satisfaction and Work Engagement on Organizational Commitment. *IUP Journal of Organizational Behavior*, 14(4).
- Albdour, A. A., & Altarawneh, I. I. (2014). Employee engagement and organizational commitment: Evidence from Jordan. *International Journal of Business*, 19(2), 192-212.
- Amiot, C. E., Terry, D. J., Jimmieson, N. L., & Callan, V. J. (2006). A longitudinal investigation of coping processes during a merger: Implications for job satisfaction and organizational identification. *Journal of Management*, 32(4), 552-574.
- Anaza, N. A., & Rutherford, B. (2012). How organizational and employee-customer identification, and customer orientation affect job engagement. *Journal of Service Management*, 23(5), 616-639.

- Arslan, E. T. & Demir, H. (2017). İşe angaje olma ve iş tatmini arasındaki ilişki : hekim ve hemşireler üzerine nicel bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.*, 24(2), 371-389.
- Ashforth B.E. & Mael F. (1989) Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14, 20–39.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., & Sanz-Vergel, A. I. (2014). Burnout and work engagement: The JD–R approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 389-411.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Chughtai, A. A., & Buckley, F. (2009). Linking trust in the principal to school outcomes: The mediating role of organizational identification and work engagement. *International Journal of Educational Management*, 23(7), 574-589.
- Churchill Jr, G. A., Ford, N. M., & Walker Jr, O. C. (1976). Organizational climate and job satisfaction in the salesforce. *Journal of Marketing Research*, 13(4), 323-332.
- Czikszenmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper & Row.
- Dutton, J.E., Dukerich, J.M. & Harquail, C.V. (1994). Organisational images and member identification. *Administration Science Quarterly*, 39, 239– 263.
- Edwards, M. R. (2005), Organizational identification: A conceptual and operational review. *International Journal of Management Reviews*, 7, 207-230.
- Edwards, M. R., & Peccei, R. (2007). Organizational identification: Development and testing of a conceptually grounded measure. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(1), 25-57.
- Feather, N. T., & Rauter, K. A. (2004). Organizational citizenship behaviours in relation to job status, job insecurity, organizational commitment and identification, job satisfaction and work values. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 81-94.
- Giallonardo, L. M., Wong, C. A., & Iwasiw, C. L. (2010). Authentic leadership of preceptors: predictor of new graduate nurses' work engagement and job satisfaction. *Journal of Nursing Management*, 18(8), 993-1003.
- Gözükara, İ., & Simsek, Ö. F. (2016). Role of leadership in employees' work engagement: Organizational identification and job autonomy. *International Journal of Business and Management*, 11(1), 72-84.
- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Keyes, C. L. (2003). Well-being in the workplace and its relationship to business outcomes: A review of the Gallup studies. *Flourishing: Positive Psychology and the Life Well-lived*, 2, 205-224.

- Henne, D., & Locke, E. A. (1985). Job dissatisfaction: what are the consequences?. *International Journal of Psychology*, 20(2), 221-240.
- Jackson, S. E. and Schuler, R. S. (2000). *Managing Human Resources*, 7th Edition, New York: South-Western Collage.
- Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., & Kluger, A. N. (1998). Dispositional effects on job and life satisfaction: The role of core evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 17-34.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692-724.
- Karanika-Murray, M., Duncan, N., Pontes, H. M., & Griffiths, M. D. (2015). Organizational identification, work engagement, and job satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, 30(8), 1019-1033.
- Kelman, H.C. (1958). Compliance, identification, and internalization: three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2, 51-60.
- Kreitner, R. & Kinicki, A. (2004). *Organizational Behavior*, 6th Edition, New York: McGraw-Hill.
- Larson, G. S., & Pepper, G. L. (2003). Strategies for managing multiple organizational identifications: A case of competing identities. *Management Communication Quarterly*, 16, 528-557.
- Lee S.M. (1971) An empirical analysis of organizational identification. *Academy of Management Journal*, 14(2), 213-226.
- Macey W.H., Schneider B., Barbera K.M. & Young S.A. (2009). *Employee engagement: Tools for analysis, practice and competitive advantage*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Mael, F.A. & Ashforth, B.E. (1992). Alumni and their alma mater; a partial test of a reformulated model of organisational identification. *Journal of Organisational Behaviour*, 13(2), 103-123.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422.
- Mowday, R. T., Porter, L. M. & Steers, R. M., (1982). *Employee-Organizational Linkage*, New York Academic.
- Oshagbemi, T. (2003). Personal Correlates of Job Satisfaction: Empirical Evidence from UK Universities, *International Journal of Social Economics*, 30(12), 1210-1232.
- Oshagbemi, T. (2003). Personal correlates of job satisfaction: empirical evidence from UK universities. *International Journal of Social Economics*, 30(12), 1210-1232.
- Ötken, A. B., & Erben, G. S. (2010). Investigating the relationship between organizational identification and work engagement and the role of supervisor support. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 93-118.

- Özkalp, E., & Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan İşe Angaje Olma ölçeğinin Türkçe'de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 17(3), 1-19.
- Papoutsis, D., Labiris, G., & Niakas, D. (2014). Midwives' job satisfaction and its main determinants: A survey of midwifery practice in Greece. *British Journal of Midwifery*, 22(7), 480-486.
- Patchen, M. (1970). *Participation, Achievement and Involvement in the Job*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Richman, A. (2006), Everyone wants an engaged workforce how can you create it?, *Workspan*, 49(1), 36-39.
- Robbins, S. P. (2000). *Essentials of Organizational Behavior*, Sixth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Rothbard. N. P. (2001). Enriching or Depleting? The Dynamics of Engagement in Work and Family Roles, *Administrative Science Quarterly*, 46, 655-684.
- Rousseau, D.M. (1998). Why workers still identify with organisations. *Journal of Organisational Behaviour*, 19, 217-233.
- Schaufeli, W.B. & Bakker, A.B. (2010), "Defining and measuring work engagement: bringing clarity to the concept", in Bakker, A.B. and Leiter, M.P. (Eds), *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research*, New York, NY: Psychology.
- Schaufeli, W.B., & Bakker, A. B. (2003). UWES-Utrecht work engagement scale: test manual, Department of Psychology, Utrecht University, Utrecht.
- Schaufeli, W.B., Salanova, M., González-Romá, V. & Bakker, A.B. (2002), The measurement of engagement and burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach, *Journal of Happiness Studies*, 3(1).. 71-92.
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparison. *Differentiation Between Social Group*, 61-76.
- Van Dick, R., Wagner, U., Stellmacher, J., & Christ, O. (2004). The utility of a broader conceptualization of organizational identification: which aspects really matter?. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(2), 171-191.