

E-ISSN: 2536 - 4464



**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**

---

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL**



---

Yıl/Year: 2020

Cilt/Volume: 10

Sayı/Number: 01

---

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ**

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL**

**İmtiyaz Sahibi / Publisher**

Prof. Dr. Niyazi CAN  
Rektör / Rector

**Editörler Kurulu / Editorial Board**

Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN (Baş Editör / Editor-in-Chief)  
Dr. Öğr. Üyesi Elif KOCAGÖZ (Editör Yardımcısı / Assistant Editor)  
Dr. Öğr. Üyesi Arif Selim EREN (Editör Yardımcısı / Assistant Editor)  
Prof. Dr. Zeynep HATUNOĞLU (Alan Editörü / Field Editor)  
Prof. Dr. İbrahim ÖRNEK (Alan Editörü / Field Editor)  
Prof. Dr. İbrahim Ethem TAŞ (Alan Editörü / Field Editor)  
Prof. Dr. Toğrul İSMAYIL (Alan Editörü / Field Editor)  
Prof. Dr. Abdullah SOYSAL (Alan Editörü / Field Editor)  
Prof. Dr. Ali Haluk PINAR (Alan Editörü / Field Editor)  
Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK (Alan Editörü / Field Editor)

**Sekreteryaya / Secretary**

Arş. Gör. Kevser ÖZYAŞAR

**KSÜ İİBF DERGİSİ / KSÜ JOURNAL OF EASF**

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Avşar Yerleşkesi  
46100 KAHRAMANMARAŞ

**Tel:** (0344) 300 1574

**Fax:** (0344) 300 1532

<http://iibfdergisi.ksu.edu.tr>

[iibfdergisi@ksu.edu.tr](mailto:iibfdergisi@ksu.edu.tr)

**E-ISSN:** 2536-4464

**Yayın Türü / Type of Publication**

Online Süreli Yayın-Ulusal Hakemli Dergi  
Online Periodical-National Peer-Reviewed Journal

**Dizgi / Type Setting**

Arş. Gör. Kevser ÖZYAŞAR

**Haziran / June  
2020**

## DANIŞMA KURULU\* / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Osman PEKER	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Harun UÇAK	Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Emre ALKIN	Altınbaş Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan GEGEZ	Altınbaş Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Özgür TONUS	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Erinc YELDAN	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Majed R. MUHTASEB	California State Polytechnic University
Prof. Dr. Arthur T. DENZAY	Claremont Graduate University
Prof. Dr. Muammer TEKEOĞLU	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan KOCAGÖZ	FOM University of Applied Sciences
Prof. Dr. Anarkul URDALETOVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Murat TAŞDEMİR	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet İNCEKARA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ertuğrul KIZILKAYA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Burak ATAMTÜRK	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Cem SAATÇİOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. F. Bahar ŞANLI GÜLBAHAR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Seyhun DOĞAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Aydan KANSU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Zekai ÖZDEMİR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Esra NEMLİ ÇALIŞKAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. N. Alkan SOYAK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Suat OKTAR	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Selahattin GÜRİŞ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ÇOKGEZEN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet YILMAZ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nadir EROĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nurdan ASLAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut TEKÇE	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Barış TEKİN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TABAKOĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Başak YÜCEMEMİŞ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz BAHÇEKAPILI	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Erişah ARICAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Gülsüm AKALIN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe GÜNER	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Gülay YILMAZ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Pirtini	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa KİBAROĞLU	MEF Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail TUNCER	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin KAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Güzin ERLAT	Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU  
Prof. Dr. Kerem ALKIN  
Prof. Dr. M. Kabir HASSAN  
Prof. Dr. Tony ROYLE  
Doç. Dr. Hakan HOTUNLUOĞLU  
Doç. Dr. Tayfur BAYAT  
Doç. Dr. Selman YILMAZ  
Doç. Dr. Mehmet Akif İÇKE  
Doç. Dr. Başak Turan İÇKE  
Doç. Dr. Jale Yalınpala ÇOKGEZEN  
Doç. Dr. Semiha AYTEMİZ  
Doç. Dr. İlkey YILMAZ  
Doç. Dr. Erkan AKTAŞ  
Doç. Dr. Selim KAYHAN  
Doç. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN

Pamukkale Üniversitesi  
Türkiye İhracatçılar Meclisi  
University of New Orleans  
University of York  
Adnan Menderes Üniversitesi  
İnönü Üniversitesi  
İstanbul Üniversitesi  
İstanbul Üniversitesi  
İstanbul Üniversitesi  
Marmara Üniversitesi  
Mersin Üniversitesi  
Mersin Üniversitesi  
Mersin Üniversitesi  
Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Pamukkale Üniversitesi

**\* İsimler unvan ve üniversite isimleri esas alınarak alfabetik sıraya göre dizilmiştir.**

## BU SAYININ HAKEMLERİ\* / REFEREES

Prof. Dr. Ali Haluk PINAR	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan ERKUŞ	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut TEKİN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet CİHANGİR	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Prof. Dr. Nusret GÖKSU	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Salih YEŞİL	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç.Dr. Ertuğrul İbrahim KIZILKAYA	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Hatice Seçil FETTAHLIOĞLU	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet TAN	Gaziantep Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Arif Selim EREN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Elif KOCAGÖZ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa BAYLAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuba BIYIKBEYİ	Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Öğr.Gör. Haydar İNCE	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Haluk PINAR	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan ERKUŞ	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut TEKİN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet CİHANGİR	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Prof. Dr. Nusret GÖKSU	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Salih YEŞİL	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç.Dr. Ertuğrul İbrahim KIZILKAYA	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Hatice Seçil FETTAHLIOĞLU	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet TAN	Gaziantep Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Arif Selim EREN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Elif KOCAGÖZ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa BAYLAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuba BIYIKBEYİ	Kilis 7 Aralık Üniversitesi

\* İsimler unvan ve isim esas alınarak alfabetik sıraya göre dizilmiştir.

## ABOUT THE JOURNAL

- KSU Economic and Administrative Sciences Journal is a peer-reviewed online journal that is written Turkish or English and published 2 times in a year (June and December).
- With publication of journal, it is intended to increase communication and information sharing among researchers, professionals, academics and policy makers and to work financial and economic system effectively.
- All articles submitted to journal should not have been published or submitted for publication in other journals. Studies presented in scientific congresses and symposia can publish. Some types of submissions are original research, review articles, case report Project, presentation and book review (provided that article format).
- Firstly, articles are assessed by editor. If articles deemed appropriate in terms of subject matter and content, editor sends them two referees. However, in case of disagreement between the two referees, article is evaluated by the Editorial Board and editorial board decides whether publish or not. In case of asking for correction, author has to send corrections within 15 days.
- All rights' of accepted articles belong to KSU Economic and Administrative Sciences Journal. Authors are responsible for thoughts and opinions mentioned in articles. Published articles can be used by quoting as authority.
- Articles should be e-mailed to [iibfdergisi@ksu.edu.tr](mailto:iibfdergisi@ksu.edu.tr)
- The adress is **KSU Journal of EASF, Kahramanmaraş Sütçü İmam University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Avsar Campus, 46100 KAHRAMANMARAŞ**

## DERGİ HAKKINDA

- KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, iktisadi ve idari bilimlere ait bilim dalları ve bölümlere ilişkin Türkçe veya İngilizce yazılmış, literatüre katkıda bulunacak özgün makalelerin yer aldığı yılda 2 kez (Haziran ve Aralık) elektronik olarak yayınlanan hakemli bir dergidir.
- Derginin yayımlanmasıyla; akademisyenler, profesyoneller, araştırmacılar ve politika yapıcılar arasındaki iletişimin ve bilgi paylaşımının artırılarak, finansal ve ekonomik sistemin etkin çalışmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.
- Yayımlanmak üzere gönderilen makalelerin başka bir yayın organında yayımlanmamış ya da yayımlanmak üzere gönderilmemiş olması gereklidir. Bilimsel kongre ve sempozyumlara bildiri olarak sunulmuş çalışmalar da yayınlanabilir. Dergide yayınlanması için gönderilecek çalışma türleri şunlardır: Özgün araştırma ve inceleme makaleleri, derleme makaleler, olgu sunumu, proje tanıtımı, kitap tanıtımı (Makale formatı olması şartıyla).
- Makaleler editörler tarafından konu, şekil ve içerik yönünden değerlendirilip uygun görülenleri iki hakeme gönderilir. Ancak, hakem raporları arasında görüş ayrılığı varsa, makale Editörler Kurulu tarafından değerlendirilerek, yayımlanması ya da yayımlanmamasına karar verilir. Düzeltme istenilmesi durumunda, yazarın ilgili düzeltmeleri yaparak en geç 15 gün içerisinde dergiye göndermesi gerekmektedir. Ampirik çalışmalarda gerekli görüldüğü hallerde yazardan kullandığı veri ve bilgisayar kodları istenebilir.
- Yayımlanması kabul edilen makalelerin bütün hakları KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisine aittir. Makalelerde belirtilen düşünce ve görüşlerin tamamından yazarları sorumludur ve söz konusu düşünce ve görüşler KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini bağlamaz. Dergide yayımlanan makalelerden kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.
- KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisinde yayımlanmak üzere gönderilecek makalelerin, [iibfdergisi@ksu.edu.tr](mailto:iibfdergisi@ksu.edu.tr) adresine elektronik ortamda gönderilmesi gereklidir.
- Adres; **KSÜ İİBF DERGİSİ, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Avşar Yerleşkesi, 46100 KAHRAMANMARAŞ**tır.

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

<b>Likidite ve Finansal Performans Arasındaki İlişkinin TOPSİS Analiz Yöntemi İle Değerlendirilmesi: BİST Perakende Ticaret Sektöründe Bir Uygulama</b>	<b>1</b>
Evaluation of the Relationship Between Liquidity and Financial Performance by TOPSIS Analysis Method: An Application in BIST Retail Trade Sector	
Haluk SATIR, M. Mustafa KISAKÜREK, Feyzi YAŞAR	
<hr/>	
<b>Hizmetli Kadrosunda Çalışanların İş Etüdü İle Verimliliklerinin Tespitine Yönelik Bir Alan Çalışması</b>	<b>17</b>
A Field Study for the Determination of the Work Study and Efficiency of the Employees in the Servant Staff	
Arif Selim EREN, Kevser ÖZYAŞAR	
<hr/>	
<b>İİBF Öğrencilerinin Kariyer Planlamasında Muhasebe ve Bankacılık-Finans Mesleklerinin Yeri: Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi Açısından Bir Analiz</b>	<b>33</b>
The Place of Accounting and Banking -Finance Professions in the Career Planning of Feas Students: An Analysis From the Perspective of Schein's Set of Career Values	
Mehmet DEMİR, Hesna YILDIRIM	
<hr/>	
<b>Kurumsal Banka Müşterilerin Katılım Bankalarına Yönelik Algıları Üzerine Bir Alan Araştırması</b>	<b>59</b>
A Field Study on the Perceptions of Corporate Bank Customers About Participation Banks	
Aydın GÜRBÜZ, Nur Esra BEKERECİ, Yücel AYRIÇAY	
<hr/>	



**Mahremiyet ve Dindarlık Perspektifinden Sosyal Medya Platformlarında Görsel Paylaşımın İncelenmesi: KSÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama**

An Investigation of Image Sharing Behavior at Social Media Platforms From Privacy and Religiosity Perspectives: An Application on Students at KSU

Elif KOCAGÖZ, Nusret GÖKSU, İsmail BAKAN, Fatma Nur KARAKUŞ

**83**

**Türkiye Ekonomisinde Uluslararası Göçün İşsizlik ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz**

The Effect of International Migration on Unemployment and Economic Growth in Turkey: An Econometric Analysis

Cem ENGİN, Tuğba KONUK

**103**

**Eğitsel Sosyal Ağ Kullanımında Öz-Yeterlik Algısı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma**

Educational Social Network Use: An Application on Students

Abdullah SOYSAL, Hasret ALDAL

**125**

---

---

**LİKİDİTE VE FİNANSAL PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİNİN TOPSİS  
ANALİZ YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: BİST PERAKENDE TİCARET  
SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA**

**Haluk SATIR**

Öğr. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Afşin MYO  
e-posta: haluksatir@ksu.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-3240-7211

**M. Mustafa KISAKÜREK**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü  
e-posta: mmk\_46@hotmail.com  
ORCID: 0000-0003-2351-4314

**Feyzi YAŞAR**

Öğr. Gör. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Göksun MYO  
e-posta: feyzi12@ksu.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-6465-5813

---

---

**Öz**

Bu çalışmada, 2012-2018 yılları arasında BİST’de kayıtlı Perakende Ticaret Sektörü 8 şirketin finansal performansı araştırılmıştır. Şirketlerin kısa vadeli borç ödeme gücünü ve çalışma sermayesi yeterliliğini ortaya koyan likidite oranları ve net işletme sermayesi devir hızları kullanılarak TOPSİS yöntemi ile elde edilen sonuçlar her bir yıl için sıralanmıştır. TOPSİS analiz sonuçlarının geçerliliğinin test edilmesi için bir kıyaslama ölçütü olarak şirketlerin yatırım kârlılıkları hesaplanmıştır. Çalışma sonucuna göre, perakende ticaret şirketlerinin yıllar itibariyle homojen ve yüksek değerlerde likidite oranlarına sahipken, yatırım kârlılığı değerlerinin daha düşük seviyelerde olduğu görülmüştür. TOPSİS analiz yöntemi ve yatırım kârlılığı ile elde edilen sıralamaların birbirinden oldukça farklı olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Perakende Ticaret, Net İşletme Sermayesi, Likidite Oranları, Finansal Performans, TOPSİS.

**EVALUATION of THE RELATIONSHIP BETWEEN LIQUIDITY AND  
FINANCIAL PERFORMANCE BY TOPSIS ANALYSIS METHOD: AN  
APPLICATION IN BIST RETAIL TRADE SECTOR**

**Abstract**

In this study, financial performance of 8 companies in Retail Trade Sector registered in BIST between 2012-2018 was investigated. The results obtained by the

TOPSIS method using the liquidity ratios and net working capital turnover rates that demonstrate the short-term debt solvency and working capital adequacy of the companies are listed for each year. In order to test the validity of the TOPSIS analysis results, the investment profitability of the companies was calculated as a benchmark. According to the results of the study, it has been observed that retail trade companies have homogeneous and high liquidity rates over the years, while their investment profitability values are at lower levels. It is determined that the rankings obtained with TOPSIS analysis method and investment profitability are quite different from each other.

**Keywords:** Retail Trade, Net Working Capital, Liquidity Ratios, Financial Performance, TOPSIS.

## 1. GİRİŞ

Rekabetin hem ülke içinde, hem de küresel boyutta yoğun bir şekilde yaşandığı günümüz iş ortamında, işletmelerin kendi faaliyet alanlarında maksimum verimlilik ve yüksek performans ile var olabilecekleri kaçınılmaz bir gerçektir (Uygurtürk ve Korkmaz, 2012:96). Belirlenen standart ya da kriterler ışığında bir işin yerine getirilme düzeyi veya ortaya çıkarılan sonuçları olarak tanımlanan performans kavramı, örgütlenmiş bir sistemin iş yapma düzeyi olarak da açıklanmaktadır. İşletme performansı ise, işletme amaçlarının gerçekleştirilmesi için sergilenen bütün çabaların değerlendirilebilen sonuçları olarak ifade edilmektedir (Şimşek ve Çelik, 2009:111). Performansın belirlenebilmesinde, öncelikle objektif olarak verilerin toplanıp daha sonrasında bu verilere göre belirlenen yöntemlerin uygulanması ile ölçülmesi gerekmektedir. Ölçümün yapılması; planlı, programlı ve uzun süreyi içeren bir çalışmadır. Ayrıca performans ölçme, titiz bir çalışma sonucunda elde edilen sağlam ve güvenilir kanıtlara dayandırılmasını zorunlu kılmaktadır (Karaman, 2009:415).

Finansal performans, işletmelerin finansal açıdan planlanan hedeflere ne derece ulaşabildiği ve ne ölçüde finansal başarı elde edebildiği göstergesi olarak tanımlanmaktadır. Finansal performans ölçümü de, mali göstergelere dayalı performans ölçümüdür. Yapılan finansal performans ölçümü ile işletmelerin finansal pozisyonunun ve elde edilen fonların güvenliği ve riskinin finansal veriler kullanılarak değerlendirilmesidir (Çil ve Kocakoç, 2019:1281). İşletmelerin finansal performanslarına yönelik analiz ve değerlendirmelerin yapılması; işletme eksiklerinin daha rahat bir şekilde görülmesi, performansı olumsuz olarak etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi ve geleceğe yönelik hedeflere daha etkin bir şekilde ulaşılmasına ait birçok faydalar sağlamaktadır (Tayyar vd. 2014:20).

Finansal performansın ölçülmesinde temel göstergelerden olan likidite oranlarının, özellikle işletme sermayesi ile birlikte incelemeye alınmasında, işletmeler açısından hayati öneme sahip çalışma sermayesi düzeyinin yeterliliğinin belirlenmesi ve kısa vadeli borçlarını ödeme gücündeki başarının değerlendirilebilmesine imkan tanıyan faydalı olabilecek sonuçlar sağlamaktadır.

Ülkemizde sanayileşmenin gelişmesiyle birlikte, bu alanda sürdürülebilir sektörlerden biri olarak faaliyetini devam ettiren perakende ticaret sektörü, özellikle

1980'lerin ortalarından itibaren süper marketlerin, hiper marketlerin ve alış-veriş merkezlerinin kurulmasıyla başlayıp, günümüze kadar gittikçe artan bir öneme sahip olmayı başarmıştır. Perakende ticaret sektörü, bütün sektörler açısından bakıldığında vazgeçilemeyecek bir sektör olarak önemini sürdürmektedir. Malı ya da hizmeti üreten sanayi işletmeleri elde edilen bu çıktıyı nihai tüketicilere ulaştırmak için perakende ticaret sektörüne ihtiyaç duymaktadır (Kendirli vd. 2016:35). Sektörün ülke ekonomisine kazandırdığı katma değeri ve giderek artan önemi göz önünde bulundurularak bu çalışmada, perakende ticaret sektörü şirketleri incelemeye alınmıştır.

## 2. TÜRKİYE'DE PERAKENDE TİCARET SEKTÖRÜ

Perakendecilik kavramı köken olarak Farsça'dan gelmektedir. Sanayi İşletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetin tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan araçlar perakendeciler olarak tanımlanabilir. Diğer bir tanımlama yapılacak olursa; mal ve hizmetlerin kişisel, ailesel veya kurumsal ihtiyaçlar için üreticiden son tüketicilere pazarlanmasıyla ilişkili faaliyetlerin tümüne perakendecilik adı verilir (Çay, 2018:3).

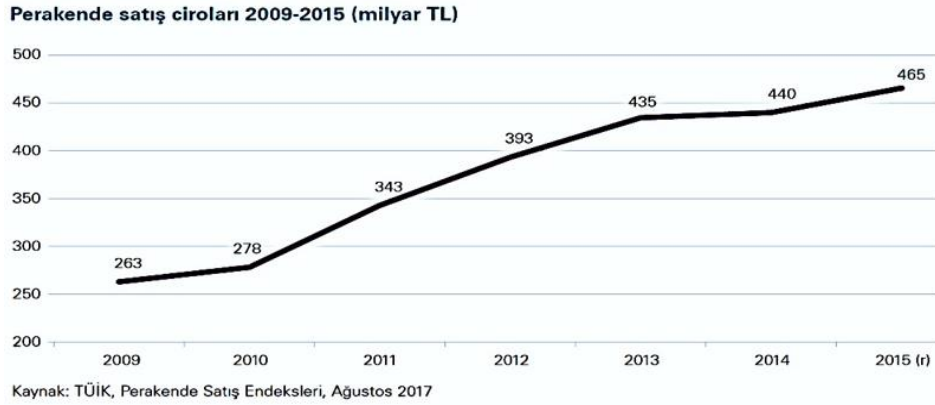
Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un tanımlar başlığı altındaki 3. maddenin 'ı' bendinde Perakende İşletme; Alışveriş merkezi, büyük mağaza, zincir mağaza, bayi işletme, özel yetkili işletme, perakende ticaretle uğraşan diğer ticari işletmeler ve 'ı' bendinde Perakende Ticaret; Mal ve hizmetlerin perakende işletmelerce pazarlama ve satışıyla ilgili faaliyetler bütünü şeklinde tanımlaması yapılmıştır (Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, 03.03.2020, resmigazete.gov.tr). Dağıtım ve pazarlamanın ayrılmaz bir parçası olan perakende ticaret, üreticiden mal alımıyla başlayıp bu malların nihai tüketicilere teslimine kadar geçen her türlü ticari faaliyeti kapsamaktadır (Segetlija and Dujak, 2014:320). Perakende ticaret sektörü, genellikle dönüşüm olmaksızın mal perakende ticareti yapan ve mal satışı ile bağlantılı hizmetler sunan işletmelerden oluşmaktadır. Perakende ticaret sektörü, son yıllarda en dinamik ve en hızlı gelişen bir sektör konumuna gelmiştir. Özellikle, perakende ticaret hem ülkemizde hem de dünyada önemli ve oldukça büyük istihdam oluşturan sektörlerden birisi olmuştur. Perakendecilik sektörünün gelişimi belli bir sürecin sonunda bugünkü konumuna gelmiştir. Perakendecilik faaliyetleri; fonksiyonel yaklaşım, satış odaklı yaklaşım, pazarlama odaklı yaklaşım, değişim odaklı yaklaşım, değer odaklı yaklaşım ve deneyim odaklı yaklaşım olarak tanımlanan bir süreç geçirmiştir. Nihai tüketicilerin talep ve ihtiyaçlarını karşılamak için üretilen mal ve hizmetlerin satışının amaç edinildiği fonksiyonel yaklaşım ile başlayan perakendecilik, on-line alışverişin hızlanmasına paralel olarak AVM perakendeciliğinin tercih edilmesi için alışverişin eğlence ve boş zaman değerlendirme gibi kavramlarla ele alındığı deneyim odaklı yaklaşım sürecine gelmiştir (Çay, 2018:15).

Türkiye'de perakendecilik sektörü, 1980'li yılların ortasından itibaren Avrupa'daki perakendecilik sektörünün etkisinde kalarak yaşadığı değişim aşağıda belirtilen faktörler ile açıklanabilir (Öztürk, 2006:70);

- Belli ürünlerde uzmanlaşma ile satışların artırılması.
- İç piyasaya ithal mal ve hizmetlerin girişinin artırılması.
- Teknolojik gelişmenin, perakende sektöründeki kullanımına olan etkisinin yaygınlaştırılması.
- Türkiye'deki perakende pazarının uluslararası perakende sektörü nezdindeki öneminin artması.
- Türkiye'deki kişi başı gelirin artışı ile buna bağlı olarak da tüketici taleplerindeki tercihlerin farklılaşması ve artması.

Türkiye'de perakendecilik faaliyetleri hem Osmanlı hem de Cumhuriyet döneminde semt pazarları, seyyar satıcılar, mahalle bakkalları ile başlamış İstanbul'daki Kapalıçarşı gibi günümüzdeki alışveriş merkezlerine benzer nitelikte büyük çarşılarla devam etmiştir. 1950'li yıllara kadar perakendecilik faaliyetleri genellikle üreticilerin kendi mallarını satmaları şeklinde gerçekleşirken, 1950'li yıllardan sonra üreticilere, toptancıların ve perakendecilerin katılmasıyla günümüze kadar gelişerek devam etmiştir (Aydın, 2005:7). 1955 yılında İsviçre Migros Kooperatifler Federasyonuna bağlı İstanbul Migros-Türk AŞ'nin kurulmasıyla modern perakendecilik başlamış, 1956 yılında bir kamu girişimi olan GİMA A.Ş. ile devam etmiştir. 1970'li yıllarda YKM ve GİMA gibi departmanlı ve zincir mağazalar şeklinde hizmet vermeye başlamıştır. Bu yıllardan sonra ürünleri doğrudan üreticiden alarak tüketiciye daha ucuz fiyatla ulaştırma gayretleri perakendecilik faaliyetlerinin de gelişmesini sağlamıştır.

Türkiye'nin ilk modern alışveriş merkezi 1988 yılında İstanbul-Ataköy'de 136 mağazası ile Galeria adıyla açılırken, Ankara'da 1989'da Atakule, 1993 yılında İstanbul'un Anadolu yakasında 150 mağazasıyla Capitol, aynı yıl Levent'te Akmerkez Alışveriş Merkezi hizmete girmiştir (Cengiz ve Özden, 2002:3). 1990'lı yılların başında Türkiye'nin birçok bölgesine, Migros mağazaları açılmaya başlamıştır. 1990'da Alman Metro marketleri, 1991 yılında Makromarket, 1992'de Kipa, 1993'de de Carrefour Türkiye'de ilk mağazasını İstanbul'da açtıktan sonra 1996'da Sabancı Holding ile iş ortaklık yaparak CarrefourSA adı ile tescillenmiştir. CarrefourSA 2005 yılında Gima ve Endi'yi alırken, 2013'de Diasa'yı Ülker firmasına satarak Şok Marketler zincirine katmıştır. 2006 yılında Migros, Tansaş'ı satın almış, Anadolu'nun her tarafından farklı formatlarda yayılım ağını geliştirmiştir. 2005'li yıllarda şirket birleşmeleri Türkiye'de perakendecilik sektöründe BİM, ŞOK, A101, BİZİM ve SEÇ gibi ucuzluk marketleri açılmasına neden olmuştur (Ulubağ, 2015:32). TÜİK verilerine göre, Türkiye'de geleneksel perakende sektörü %67, organize perakende sektörü ise %33 civarındadır. Perakende sektörü 2015 yılına göre 2016 yılında %0,9 büyürken, ciro artışı %8,1 düzeyinde gerçekleşmiştir. 2009-2015 yılları arasında açılan perakende mağaza sayısında büyüyerek artan bir sürece rağmen, perakende satış cirolarında bu artışa paralellik göstermeyen ciro tutarları aşağıda verilen şekilde görülmektedir.



**Şekil 1.** Perakende Satış Endeksleri

BİST'te kayıtlı perakende ticaret sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2018 yılına ait finansal verileri Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Türkiye'deki Perakende Firmalarının 2018 Yılı Finansal Durumu (TL)

Şirketler	Aktif Büyüklüğü	Hasılat Tutarı	Dönem Kârı	Net İşletme Sermayesi	Net Nakit Durumu
ADESE Mağ.	1.218.534.883	550.041.178	-15.784.179	-189.088.053	-7.409.855
BİM Birleşik Mağ.	8.947.950	32.322.987	1.250.464	-288.983	-426.787
BİZİM Satış Mağ.	842.182.879	3.725.343.576	21.637.496	-26.496.379	46.656.491
Carrefours a Mağ.	2.648.882.517	5.203.359.873	-11.496.411	1.180.165.528	24.051.895
MEPET Metro Tic.	368.203.979	454.737.403	-13.192.351	-88.034.750	-1.287.743
MİGROS Tic.	10.884.861	18.717.358	-835.437	-2.200.658	133.136
MİPAZ Milpa Tic.	187.371.244	10.805.085	-9.632.177	-19.941.683	511.066
Teknosa Tic.	760.425.000	3.477.020.000	-64.609.000	-262.664	-45.716.000

**Kaynak:** <https://www.kap.org.tr/tr/Sektorler> (Erişim tarihi: 18.03.2020)

Tablo 1 incelendiğinde, firmaların 2018 yılında önemli sayılabilecek satış tutarlarına karşın negatif dönem kârı ve negatif net işletme sermayesi tutarları ile firmaların verimlilik göstergesi açısından olumsuz bir baskı altında olduğu

görülmektedir. Ayrıca şirketlerin net nakit girişlerindeki negatif tutarları ile firmaların olağan faaliyetleri, yatırım ve finansman faaliyetlerinin toplamı sonucunda nakit girişi sağlayamadıkları görülmektedir.

### 3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Literatür incelendiğinde, özellikle perakende ticaret sektörüne ait yapılan çalışmalarda, net işletme sermayesi ile likidite oranlarının birlikte ele alınarak incelendiği araştırmaya rastlanmamıştır. Çalışmalarda, daha çok işletme sermayesi ayrı, likidite oranları ve nakit oluşturma yeteneği ayrı olarak ele alınıp istatistiksel araştırmaları yapılmıştır. Literatür taraması ile ilgili açıklamalar aşağıda belirtildiği üzere yıllar esas alınarak yapılmıştır.

Uygurtürk ve Korkmaz (2016), çalışmalarında BİST’de işlem gören perakende ticaret sektöründeki 14 işletmenin 2012-2014 yıllarına ait verilerini kullanarak veri zarflama analiziyle etkinlik değerlerini hesaplamışlardır. Çalışmalarında etkinlik değerleri düşük olan işletmelerin girdi değişkenleri olan aktif toplamı, finansal kaldıraç ve satışların maliyeti değerlerini düşürüp, çıktı değerleri olan satış geliri ve aktif kârlılığı değerlerini yükseltmeleri gerektiği sonucuna varmışlardır.

Orçun ve Eren (2017), çalışmalarında 2010-2015 yıllarını kapsayacak şekilde BİST’de kayıtlı 13 teknoloji şirketinin mali performansları TOPSİS yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmada, şirketlerin borç ödeme güçleri, finansal yapıları, kârlılıkları ve varlıklarının etkin kullanımı hakkında bilgi verebilecek nitelikte 9 adet finansal oran kullanılmıştır. Analiz sonucunda performans açısından en başarılı şirketler sırasıyla ASELS, LINK, ARMDA, LINK, INDES ve DGATE şeklinde gerçekleşmiştir. Ayrıca, şirketlerin finansal performanslar sıralamaları ile borsa getiri sıralamaları da analiz edilmiş ve herhangi anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Ceyhan ve Demirci (2017), çalışmalarında BİST’te kayıtlı Leasing sektöründe faaliyet gösteren 6 finansal kiralama şirketinin 2015 yılına ait finansal performansları MULTIMOORA yöntemi ile analizi yapılmıştır. Analizde 8 finansal oran kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda finansal performans açısından Yapı Kredi Finansal Kiralama A.O.’nun ilk sırada, Şeker Finansal Kiralama A.Ş.’nin ise son sırada olduğu tespit edilmiştir.

Güleç ve Özkan (2018), çalışmalarında Gri İlişkisel Analiz (GİA) yöntemiyle 2005-2016 yıllarını kapsayan dönemde BİST’de kayıtlı 16 çimento şirketinin finansal performansları incelenmiştir. Elde edilen performans sonuçları hisse senedi getirisi sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Çalışmalarında finansal oranlardan elde edilen GİA değerleri ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin genel olarak düşük olduğunu bulmuşlardır. Hisse senedi getirilerini açıklamada finansal oranlar sonucu ulaşılan GİA sıralamasının önemli bir etkisi olmadığını tespit etmişlerdir.

Çay (2018), çalışmasında BİST 100’de kayıtlı 6 perakende ticaret sektörü işletmesinin 2011-2017 yıllarına ait verileri kullanılarak finansman tercihi ile piyasa değeri arasındaki ilişki panel veri yöntemiyle araştırmıştır. Sonuç olarak çalışmasında

işletmenin büyüklüğü ve finansal kaldıraç ile firma değeri arasında pozitif yönlü ilişki bulunurken, sermaye yapısı ile firma değeri arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Yıldız ve Demireli (2019), çalışmalarında BİST’de kayıtlı perakende ticaret sektöründe faaliyet gösteren 9 işletmenin 2009-2018 yıllarına ait verileri kullanılarak nakit bulundurma politikalarını etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Panel veri yöntemi ile analizi ile yaptıkları çalışmada işletmelerin nakit bulundurma politikaları üzerinde karlılık, büyüklük, likidite, uzun vadeli borçlanma değişkenlerinin etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

#### **4. ARAŞTIRMANIN TASARIMI**

Araştırmanın amacı, kapsamı, yöntemi ve sonuçları aşağıda açıklanmıştır.

##### **4.1. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmada BİST’te kayıtlı Perakende sektöründeki işletmelerin başarı denetiminde bir ölçü olarak kullanılan DuPont yöntemiyle elde edilen sonuçlar ile TOPSİS yöntemiyle elde edilen finansal performans sıralamaları karşılaştırılmıştır. Bunun için 8 işletmenin 2012-2108 yıllarına ait veriler kullanılmıştır. Çalışmada işletmelerin kısa vadeli borç ödeme gücünü ve çalışma sermayesi yeterliliğini ortaya koyan likidite oranları ve net işletme sermayesi devir hızları kullanılmıştır. TOPSİS yöntemiyle elde edilen performans sıralamalarının geçerliliğinin test edilmesi için bir kıyaslama ölçütü olarak DuPont Analiz tekniği yardımıyla yatırım kârlılıkları hesaplanmıştır. Her iki yöntemde ait şirketlerin finansal performans sıralamalarının likidite - kârlılık bağlamında sonuçlarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Böylece şirketlerin finansal performans sıralamalarının, yatırım kârlılığı sıralamaları ile ilişkili olup olmadıkları incelenmiştir.

Likidite oranları, işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyetini ve çalışma sermayesinin yeterliliğini ölçmek için kullanılmaktadır. Bu oranlar yardımıyla şu soruların cevapları bulunabilir (Alpan ve Demir, 2012:56);

- İşletme, ne kadar kolaylıkla nakit elde edebilir?
- İşletme, kriz dönemlerinde likiditesini ne ölçüde koruyabilir?
- İşletme, kısa vadeli borçlarını ödemede sıkıntı çekebilir mi?
- İşletmenin çalışma sermayesi yeterli düzeyde mi?

İşletmelerin dönen varlıkları ile kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki ilişkiyi esas alan likidite oranları; cari oran, asit-test oranı, nakit oranı ve stokların dönen varlıklara oranlarından oluşmaktadır. İşletmelerin dönen varlıkları ile kısa vadeli yabancı kaynakları arasındaki ilişkiyi esas alan bir diğer finansal ölçüm aracı da çalışma sermayesi ve net çalışma sermayesidir. Brüt çalışma sermayesi devir hızı, işletmelerin dönen varlıklarının verimliliğini ölçen bir orandır. Dönen varlıklar ile kısa vadeli borçlar arasındaki farkı gösteren net çalışma sermayesi kısa vadeli borçların düşüldükten sonraki çalışma sermayesindeki yeterliliği göstermektedir (Savcı, 2009: 158). Net çalışma sermayesi devir hızı ise, risk-likidite-karlılık arasındaki etkinliğin değerlendirilmesini gösteren finansal bir ölçüttür. İşletmelerde, artan bir net çalışma sermayesi tutarı likiditeyi de artırmaktadır. Ancak azalan likidite riski ile birlikte



karlılığında azalması kaçınılmaz olacaktır. Tam tersi durumda, azalan net çalışma sermayesi ile likidite azalacak ve bu durum da riskin artmasına neden olacaktır. Buna rağmen atıl olmayan net çalışma sermayesi karlılığın artışı sağlayabilecektir (Karagözoğlu vd. 2019:629).

Çalışma sermayesi, işletmelerin esas faaliyetlerinde en çok kullandıkları varlıklar olup, firmaların likidite düzeyini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle çalışma sermayesinin verimli kullanılması gerekmektedir. Ayrıca çalışma sermayesinin likidite düzeyi yüksek varlıklardan oluşması şirketlerin nakit elde edebilme ve kısa vadeli borç ödeme kabiliyetlerini güçlendirmektedir. Likidite ise, vadesi gelen kısa vadeli borçların karşılanabilmesi açısından dönen varlıkların kalite ve yeterliliğinin bir göstergesi olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla, likidite oranları olarak kabul görmüş oranlar, işletmelerin kısa vadeli borç ödeme gücünü ölçmek ve net çalışma sermayesinin yeterli olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. İşletmelerin faaliyetlerini devam ettirebilmesi açısından likidite oranları önem taşımaktadır (Önce, 2013:62).

#### 4.2. Araştırmanın Kapsamı

Bu çalışma, 2012-2018 yılları arasında BİST’de faaliyet gösteren Perakende Ticaret Sektöründe ki 8 şirketi kapsamaktadır. Verilerin elde edilebilirliği ve finansal tabloların düzenleme esaslarında ki uyum açısından 2012 yılı başlangıç yılı olarak tercih edilmiştir. Bu şartları sağlamayan 4 perakende ticaret şirketi analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Analizde kullanılan veriler Kamu Aydınlatma Platformu’ndan (KAP) elde edilmiştir. Analizde kullanılan şirketler Tablo 2’de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Perakende Ticaret Sektörü Şirketlerinin Kod ve Unvanları

PERAKENDE TİCARET SEKTÖRÜ	
KOD	ŞİRKET UNVANI
ADESE	ADESE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ TİCARET A.Ş.
BIMAS	BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş.
BIZIM	BİZİM TOPTAN SATIŞ MAĞAZALARI A.Ş.
CRFSA	CARREFOURSA CARREFOUR SABANCI TİCARET MERKEZİ A.Ş.
MEPET	MEPET METRO PETROL VE TESİSLERİ SANAYİ TİCARET A.Ş.
MGROS	MİGROS TİCARET A.Ş.
MIPAZ	MİLPA TİCARİ VE SİNAİ ÜRÜNLER PAZ. SAN. VE TİC. A.Ş.
TKNSA	TEKNOSA İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

#### 4.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın uygulamasında çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan TOPSİS analiz yöntemi kullanılmıştır. TOPSİS analiz (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solutions - İdeal Cozume Benzerlik Bakımından Sıralama Performansı Tekniği) yöntemi, ilk kez Hwang ve Yoon (1981) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntemin temelinde, seçilen alternatifin pozitif ideal çözüme en yakın, ideal olmayan çözüme de en uzak noktada olması beklenmekte, 0 ile 1 arasında değişen bir puan oluşturularak alternatiflerin mevcut kriterlere göre, en iyiden en kötüye doğru sıralaması yapılmaktadır. Böylece çözümün fayda kriterlerini maksimize ederken maliyet kriterlerini de minimize etmesi sağlanmaktadır (Hatunoğlu vd. 2019:628).

Bu yöntem, altı adımdan oluşan bir çözüm sürecini içermektedir. Birinci adım, karar matrisinin oluşturulmasıdır. İkinci adım, standart karar matrisinin oluşturulmasıdır. Üçüncü adım, ağırlıklı standart karar matrisinin oluşturulmasıdır. Dördüncü adım, pozitif ideal ve negatif ideal çözümlerinin oluşturulmasıdır. Beşinci adım, her bir alternatif için kriter değerinin sapmalarında kullanılan ayırım ölçülerinin belirlenmesidir. Altıncı adım ise, pozitif ideal çözüme yakınlığın hesaplanarak sıralamanın yapılmasıdır (Yılmaz, 2013:3).

Uygulamada sekiz şirketin finansal performans sıralamasının belirlenmesinde kullanılan altı finansal gösterge için, birbiriyle eşit öneme sahip olduğu kabul edildiğinden, ağırlıklar eşit olarak belirlenmiş kriterler kullanılmıştır. Belirlenen bu her bir kriterin ağırlığı  $w_i = 0,1666$  ( $i = 1,2,3,\dots,6$ ) olarak alınmıştır.

#### 4.4. Araştırmanın Sonuçları

Araştırmanın sonuçları kısmında, BİST'te kayıtlı perakende ticaret sektörü şirketlerinin 2012-2018 yıllarını içeren finansal verileri kullanılarak, likidite oranlarından; cari oran, asit-test oranı, nakit oran ve stokların dönen varlıklara oranı ile brüt işletme sermayesi devir hızı ve net işletme sermayesi devir hızı sonuçları her bir yıl için ayrı olarak elde edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar kullanılarak, TOPSİS analiz yöntemi ile aşağıda işletmelerin yıllara göre finansal performans sonuçları ve analiz sonuçlarına göre yıllar itibarıyla finansal performans sıralamaları Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Rasyoların TOPSİS Analiz Sonuçları

	2012	Sıra	2013	Sıra	2014	Sıra	2015	Sıra	2016	Sıra	2017	Sıra	2018	Sıra
ADESE	0,55959	5	0,49626	5	0,37812	6	0,24014	6	0,47902	3	0,59272	6	0,47654	7
BIMAS	0,31571	8	0,52133	3	0,39935	4	0,24027	5	0,32978	8	0,70319	2	0,49316	6
BIZIM	0,59990	3	0,44354	7	0,35917	7	0,43516	2	0,66013	1	0,45849	8	0,55006	3
CRFSA	0,49785	6	0,49340	6	0,39962	3	0,24946	4	0,35750	6	0,62837	5	0,56256	2
MEPET	0,71218	1	0,53189	2	0,40319	2	0,29917	3	0,54409	2	0,62971	4	0,50708	5
MGROS	0,60633	2	0,51311	4	0,38721	5	0,23641	7	0,39271	5	0,71685	1	0,62683	1
MIPAZ	0,46256	7	0,72568	1	0,77197	1	0,64072	1	0,42950	4	0,51088	7	0,45098	8
TKNSA	0,58639	4	0,26454	8	0,18933	8	0,17561	8	0,34627	7	0,63543	3	0,53003	4

Tablo 3 incelendiğinde, analize alınan sekiz firmaya ait sonuçların birbirine yakın aralıkta sonuçlardan oluştuğu görülmektedir. En düşük sıralama aralığının 0,17585 ile 2018 yılında, en yüksek aralığın ise 0,58264 ile 2014 yılında gerçekleştiği görülmektedir. İşletmelerin TOPSİS sonuçlarında 2014 yılından başlayarak 2018 yılına

doğru giderek azalan bir aralık olduğu görülmektedir. Bu durumun ise, işletmelerin 2014 ve sonrasındaki yıllarda likidite durumları açısından finansal performanslarının birbirine çok yakın olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Perakende sektöründe yer alan işletmelerin likidite oranları açısından benzerlik göstermesi sektörün homojen bir görüntüye sahip olduğu Şeklinde değerlendirilmektedir.

şirketlerin işletme sermayesi yeterliliği ve kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyetlerinin yüksekliliği bakımından yapılan oransal performans sıralamasında, 2013, 2014 ve 2015 yıllarında Milpa Ticaret ve Sınai rnleri A.ř.'nin (MIPAZ), 2017 ve 2018 yıllarında Migros Ticaret A.ř.'nin (MGROS) birinci sırada yer aldığı görülmektedir. 2013, 2014 ve 2015 yıllarında Teknosa Ticaret A.ř.'nin (TKNSA), 2012 ve 2016 yıllarında BİM Birleşik Mağazaları A.ř.'nin (BIMAS) sekizinci ve son sırada yer aldığı görülmektedir.

Çalışmada, TOPSİS analiz sonuçlarının likidite - krllik kıyaslaması bakımından rasyo sonuçlarının hem test edilmesi hem de başarı değerlendirmesi için, şirketlerin DuPont Analiz tekniği yardımıyla yatırım krllikleri hesaplanmıştır. DuPont analizi, Pierre DuPont tarafından 1920 yılında General Motor firmasında bir analiz tekniği olarak kullanılmaya başlamasıyla birlikte, finansal analiz ve performans ölçüm sistemlerinde literatüre giriş yapmıştır. Birden fazla finansal oranın bir araya getirilerek krllik durumunu ölçen DuPont analizi, varlık devir hızı ile net kâr marjının çarpımı sonucunda ortaya çıkan öz kaynak krlliğini diğer bir ifadeyle yatırım krlliğini göstermektedir (Akyüz vd. 2019:63).

DuPont analizi, bir işletmenin net faaliyet krlliğinin (RNOA), net kâr marjına (PM) ve aktif devir hızına (ATO) ayırımı ile aşağıda gösterildiği gibi formüle edilmektedir (Soliman, 2004:2).

$$\text{Net Kar Marjı} = \frac{\text{Dönem Karı}}{\text{Net Satışlar}} \quad \text{Aktif Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ort. Aktif Top}}$$

$$\text{Yatırım Karlılığı} = \text{Net Kar Marjı} \times \text{Aktif Devir Hızı}$$

$$\text{Yatırım Karlılığı} = \frac{\text{Dönem Karı}}{\text{Ort. Aktif Top}}$$

Formüllerde grldğu gibi işletmelerin hedeflenen yatırım üzerinden elde edebilecekleri hedeflenen kar tutarını sağlayabilmek için, net kar marjı ve aktif devir hızı oranlarının artırılması gerekmektedir (Karadeniz vd. 2019:23).

Yatırım Karlılığı sonuçları kullanılarak, TOPSİS analiz yöntemi ile şirketlerin yıllara göre finansal performans sonuçları ve analiz sonuçlarına göre yıllar itibariyle finansal performans sıralamaları Tablo 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4. Yatırım Karlılığı Sonuçları**

KOD	YATIRIMIN KARLILIĞI													
	2012	Sıra	2013	Sıra	2014	Sıra	2015	Sıra	2016	Sıra	2017	Sıra	2018	Sıra
ADESE	0,01920	4	0,02708	4	0,02574	4	0,06257	3	0,03519	4	0,04184	3	-0,01345	4
BIMAS	0,17140	1	0,17098	1	0,13320	1	0,15748	2	0,14653	2	0,14366	1	0,15657	1
BIZIM	0,07590	2	0,09369	2	0,02197	5	0,02531	4	0,00232	5	-0,04712	6	0,02789	2
CRFSA	-0,00355	6	-0,06532	6	0,05908	2	-0,01304	6	-0,14288	7	-0,09757	8	-0,00390	3
MEPET	-0,02329	7	0,00317	5	0,04158	3	0,00533	5	0,05181	3	0,03404	4	-0,04155	5
MGROS	0,01587	5	-0,08110	7	0,01730	6	-0,06525	7	-0,04842	6	0,06118	2	-0,07886	7
MIPAZ	-0,22117	8	-0,08418	8	-0,00432	7	0,19257	1	0,27157	1	-0,06091	7	-0,04951	6
TKNSA	0,06252	3	0,05492	3	-0,01992	8	-0,09548	8	-0,17849	8	0,02617	5	-0,08688	8

Tablo 4 incelendiğinde, analize alınan sekiz firmaya ait yatırım kârlılıklarına ait sonuçlarının birbirine uzak aralıkta olduğu görülmektedir. Perakende sektöründe yer alan şirketlerin likidite oranlarının tersine benzerlik göstermediği sektörün homojen olmayan bir görüntüye sahip olduğu şeklinde değerlendirilmektedir.

Şirketlerin yatırım kârlılığı yüksekliği bakımından yapılan oransal performans sıralamasında, 2012, 2013, 2014, 2017 ve 2018 yıllarında BİM Birleşik Mağazaları A.Ş.'nin (BIMAS), 2015 ve 2016 yıllarında Milpa Ticaret ve Sınai Ürünleri A.Ş.'nin (MIPAZ) birinci sırada yer aldığı görülmektedir. 2014, 2015, 2016 ve 2018 yıllarında Teknosa Ticaret A.Ş.'nin (TKNSA), 2012 ve 2013 yıllarında Milpa Ticaret ve Sınai Ürünleri A.Ş.'nin (MIPAZ) sekizinci ve son sırada yer aldığı görülmektedir.

**Tablo 5. Şirketlerin Yıllar İtibariyle TOPSİS ve Yatırım Karlılığı Karşılaştırmalı Sıralaması**

YILLAR İTİBARIYLA TOPSİS VE YATIRIM KARLILIĞI DEĞERLERİNE GÖRE ŞİRKETLERİN SIRALAMASI														
Sıra	2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	TOPSİS	YAT.KAR.	TOPSİS	YAT.KAR.	TOPSİS	YAT.KAR.	TOPSİS	YAT.KAR.	TOPSİS	YAT.KAR.	TOPSİS	YAT.KAR.	TOPSİS	YAT.KAR.
1	MEPET	BIMAS	MIPAZ	BIMAS	MIPAZ	BIMAS	MIPAZ	MIPAZ	BIZIM	MIPAZ	MGROS	BIMAS	MGROS	BIMAS
2	MGROS	BIZIM	MEPET	BIZIM	MEPET	CRFSA	BIZIM	BIMAS	MEPET	BIMAS	BIMAS	MGROS	CRFSA	BIZIM
3	BIZIM	TKNSA	BIMAS	TKNSA	CRFSA	MEPET	MEPET	ADESE	ADESE	MEPET	TKNSA	ADESE	BIZIM	CRFSA
4	TKNSA	ADESE	MGROS	ADESE	BIMAS	ADESE	CRFSA	BIZIM	MIPAZ	ADESE	MEPET	MEPET	TKNSA	ADESE
5	ADESE	MGROS	ADESE	MEPET	MGROS	BIZIM	BIMAS	MEPET	MGROS	BIZIM	CRFSA	TKNSA	MEPET	MEPET

6	CRFSA	CRFSA	CRFSA	CRFSA	ADESE	MGROS	ADESE	CRFSA	CRFSA	MGROS	ADESE	BIZIM	BIMAS	MIPAZ
7	MIPAZ	MEPET	BIZIM	MGROS	BIZIM	MIPAZ	MGROS	MGROS	TKNSA	CRFSA	MIPAZ	MIPAZ	ADESE	MGROS
8	BIMAS	MIPAZ	TKNSA	MIPAZ	TKNSA	TKNSA	TKNSA	TKNSA	BIMAS	TKNSA	BIZIM	CRFSA	MIPAZ	TKNSA

Tablo 5 incelendiğinde, perakende sektörü şirketlerinin yıllar itibariyle TOPSİS ve yatırım kârlılığı sonuçlarına göre karşılaştırmalı sıralamaları görülmektedir. TOPSİS sonuçlarına göre homojen olan firma dağılımları, yatırım kârlılıkları sonuçlarına göre homojen olmayan firma dağılım sıralamaları ile oldukça farklılık göstermektedir. Özellikle yıllar itibariyle yatırım kârlılığı sonuçlarına göre 1. Sırada yer alan BİM Birleşik Mağazaları A.Ş.'nin (BIMAS), TOPSİS analiz sonuçlarında daha çok sıralamanın altlarında yer almaktadır. Teknosa Ticaret A.Ş.'nin (TKNSA) hem TOPSİS analiz sonuçlarında hem de yatırım kârlılığı sonuçlarında finansal performansı en düşük firma olarak alt sıralarda yer aldığı görülmektedir. Her iki analiz sonucuna göre de, performans sıralamasının üst sıralarında yer alan firmaların Milpa Ticaret ve Sınai Ürünleri A.Ş. (MIPAZ) ve Metro Petrol ve Tesisleri Sanayi Ticaret A.Ş. (MEPET) olduğu görülmektedir.

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada, BİST'te kayıtlı perakende ticaret sektörü şirketlerinin mali tablolarından elde edilen veriler yardımıyla finansal performansları ve çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan TOPSİS tespit edilmiştir. Ayrıca Du-Pont yöntemi ile de yatırım karlılıkları hesaplanmıştır. Analiz kapsamında 2012-2018 yılları için sekiz perakende ticaret sektörü şirketi analize tabi tutulmuştur. TOPSİS değerleri, dört adet likidite oranı ve iki adet çalışma sermayesi devir hızı oranı olmak üzere toplam altı adet finansal gösterge ile belirlenmiştir. İşletmelerin, TOPSİS ve yatırım kârlılığı sonuçlarına göre finansal performans sıralamaları tespit edilmiştir.

TOPSİS ve yatırım kârlılığının finansal performans sıralama sonuçları karşılaştırıldığında yıllar itibariyle birbirinden oldukça fazla farklılaştığı görülmüştür. Bu farklılığın nedenleri şu şekilde sıralanabilir;

- İşletmelerin likidite oluşturma düzeyleri, birbirine oldukça yakın sonuçlardan oluşmuştur.
- İşletmelerin likidite oranları, çalışma sermayesi devir hızı oranlarından daha yüksek düzeyde oluşmuştur.
- İşletmelerin negatif yatırım karlılık oranı, negatif dönem karı ve düşük seviyedeki satış hasılatı tutarlarından kaynaklandığı görülmüştür.

Çalışmanın literatüre en önemli katkısı özgün bir çalışma olmasıdır. TOPSİS yöntemine göre belirlenen finansal performans sıralamaları, DuPont analiz yöntemi sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Dolayısıyla yapılan bu çalışmanın, bu konu ile ilgili bir ilk olması önem arz etmektedir. Ayrıca, belirlenen likidite-kârlılık ilişkisinin kıyaslanabilmesidir. İşletmelerin negatif yatırım kârlılığıyla çalışmalarına karşın, likiditelerini koruyabildikleri ve kısa vadeli borçlarını ödemedi güçlük çekmedikleri görülmüştür. İşletmelerin likidite seviyelerini korumaları daha çok nakit çalışmaya eğilimli oldukları ve alacaklarını iyi yönettikleri söylenebilir. Günlük faaliyetlerin

yeterli düzeyde nakit ile sürdürebilmeleri, çok büyük tutarlarda aktif yapıya ve krlılığa sahip olunmasından daha önemlidir. Dolayısıyla bu durumdaki işletmeler daha az işletme sermayesine ihtiyaç duyduklarından, günümüz rekabet şartlarında ayakta kalabilmeleri ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri finansal açıdan daha kolay olacağı ifade edilebilir.

Bu çalışmada, elde edilen uygulama sonuçlarına göre, TOPSİS analiz yönteminin de kısıtını oluşturan işletmelere ait finansal performans sıralamaları ve yukarıda belirtilen diğer sonuçların dışında yatırım tavsiyesinde bulunulması gibi farklı bir çıkarımın yapılamayacağı söylenebilir.

## KAYNAKÇA

- Akyüz, Fatma, Yeşil, Tolga ve Kara, Ebru (2019), “İşletmelerin DuPont Kârlılık Analiziyle Performansının Belirlenmesi: Borsa İstanbul İmalat Sektörü Örneği”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:83, ss.61-84.
- Alpan, Nesrin ve Demir Mehmet (2012), **Finansal Tabloların Hazırlanması ve Finansal Analiz Teknikleri Ders Notları**, Sivas.
- Aydın, Kenan (2005), **Perakende Yönetiminin Temelleri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Cengiz, Emrah ve Özden, Berna (2002), “Perakendecilikte Büyük Alışveriş Merkezleri İle İlgili Tutumlarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma”, Ege Akademik Bakış-Ekonomi-Uluslararası İlişkiler ve Siyasi Bilimler Dergisi, Sayı:3, ss.1-12.
- Ceyhan, İsmail Fatih ve Demirci, Ferhat (2017), “MULTIMOORA Yöntemiyle Finansal Performans Ölçümü: Leasing Şirketlerinde Bir Uygulama”, Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:8, Sayı:15, ss.1-20.
- Çay, Mehmet Engin (2018), “BİST 100’de İşlem Gören Perakende Sektörü İşletmelerin Finansman Tercihlerinin Piyasa Değerlerine Etkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çil Koçyiğit, Seyhan ve Kocakoç, Necati (2019), “Ankara İli Kamu Hastanelerinin 2008-2017 Dönemi Finansal Performans Analizi”, İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt:11, Sayı:2, ss.1280-1293.
- Güleç, Ömer Faruk ve Özkan, Akın (2018), “Gri İlişkisel Analiz Yöntemi İle Finansal Performansın Değerlendirilmesi: BİST Çimento Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”, Muhasebe ve Denetim Bakış, Sayı:54, ss.77-96.
- Hatunoğlu, Zeynep, Satır, Haluk ve Yaşar, Feyzi (2019), “Katılım Bankalarının Kurumsal Sosyal Sorumluluk Performanslarının Değerlendirilmesi: ENTROPİ ve TOPSİS Yöntemleri İle Uygulama”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:16, Sayı:2, ss.613-639.
- Karadeniz, Erdinç, Koşan, Levent; Günay, Fatih ve Dalak, Selda (2019), “Otel İşletmelerinde Kârlılığı Etkileyen Değişkenlerin DuPont Analiz Tekniğiyle Ölçülmesi: Avrupa Borsalarında Ekonometrik Bir Analiz”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:81, ss.21-36.
- Karagözoğlu, Gülgün, Aktaş, Rabia ve Kayalıdere, Koray (2019), “Çalışma Sermayesi İle Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Alt Sektörler Bazında Karşılaştırmalı İncelemesi: BİST Örneği”, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, Cilt:21, Sayı:3, ss.628-655.
- Karaman, Rıfat (2009), “İşletmelerde Performans Ölçümünün Önemi ve Modern Bir Performans Ölçme Aracı Olarak Balanced Scorecard”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:8, Sayı:16, ss.410-427.
- Kendirli, Selçuk, Çağırın Kendirli Hülya ve Diker, Fevzi (2016), “Perakende Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Sorunlarına Yönelik Çorum Ölçeğinde Bir Çalışma”, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:5, Sayı:2, ss.29-42.

- Orçun, Çağatay ve Eren, B. Selman (2017), “**TOPSİS Yöntemi İle Finansal Performans Değerlendirmesi: XUTEK Üzerinde Bir Uygulama**”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:75, ss.139-154.
- Önce, Saime (2013), **Mali Analiz**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 1. Baskı, Yayın No:1966, Eskişehir.
- Öztürk, İlknur (2006), “**Türkiye’de Perakende Sektörü**”, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:3, Sayı:1, ss.69-81.
- Savcı, Mustafa (2009), **Mali Tablolar Analizi**, Murathan Yayınevi, 2. Baskı, Trabzon.
- Segetlija, Zdenko ve Dujak, Davor (2014), “**Retail Supply Chains and Efficiency of Retail Trade**”, LogForum, Volume:10, Issue:3, pp.319-330.
- Soliman, Mark T. (2004), “**Using Industry-Adjusted DuPont Analysis to Predict Future Profitability**”, Working paper, Stanford University.
- Şimşek, Şerif ve Çelik, Adnan (2009), **Genel İşletme**, Eğitim Akademi Yayınları, 5. Baskı, Konya.
- Tayyar, Nezih, Akcanlı, Fatma; Genç, Erhan ve Erem, Işıl (2014), “**BİST’e Kayıtlı Bilişim ve Teknoloji Alanında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performanslarının Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) ve Gri İlişkisel Analiz (GİA) Yöntemiyle Değerlendirilmesi**”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:61, ss.19-40.
- Ulubağ, Alper (2015), “**Perakende Sektöründe Yoğunlaşma Analizi: Denizli İlinde Bir Uygulama**”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli.
- Uygurtürk, Hasan ve Korkmaz, Turhan (2016), “**Borsa İstanbul’da İşlem Gören Perakende Ticaret Sektörü Firmalarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi İle Belirlenmesi**”, Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık 2016, ss.411-427.
- Uygurtürk, Hasan ve Korkmaz, Turhan (2012), “**Finansal Performansın TOPSİS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama**”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:7, Sayı:2, ss.95-115.
- Yılmaz, N. Tuba (2013), “**Performance Rating of National 30 Companies with TOPSİS and WSA Methods**”, Social Sciences Research Journal, Vol:2, No:3, pp.1-10.
- Yıldız, Berk ve Demireli, Erhan (2019), “**Nakit Yönetimini Etkileyen Değişkenler Üzerine BİST Perakende Sektöründe Panel Veri Analizi**”, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:12, Sayı:2, ss.416-429.
- [www.kap.org.tr](http://www.kap.org.tr), Erişim tarihi: 18.03.2020.
- [www.resmigazete.gov.tr](http://www.resmigazete.gov.tr), Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, Erişim tarihi: 03.03.2020.



---

---

## HİZMETLİ KADROSUNDA ÇALIŞANLARIN İŞ ETÜDÜ İLE VERİMLİLİKLERİNİN TESPİTİNE YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI

**Arif Selim EREN**

Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü,  
e-posta: arifselimeren@hotmail.com  
ORCID: 0000- 0001-7274-1113

**Kevser ÖZYAŞAR**

Arş. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, İşletme Bölümü  
e-posta: kevserozyasar@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-3682-7574

---

---

### Öz

Günümüzde insan kaynaklarının etkin kullanımı gerek özel gerekse de kamu kuruluşları açısından giderek önemli hale gelmektedir. Kaynakların verimli şekilde kullanıldığından emin olmak için de gerçekleşen performansın ölçülmesi ve standartların verimliliği artıracak şekilde yükseltilmesi gerekmektedir. Buradan yola çıkarak, mevcut çalışmada bir devlet üniversitesindeki fakültede hizmetli olarak istihdam edilen kişilerin iş etüdüyle verimliliklerinin ölçümü gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak elde edilen bulgular incelendiğinde fakültedeki hizmetlilerin verimliliklerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşıldığı görülmektedir. İşletmelerin üretim planlamasında çok önemli bir husus olmasına rağmen alanyazında çok az sayıda olduğu görülen iş etüdü çalışmalarında kullanılmak üzere bir tablo da araştırmacıların ve faydalanıcıların dikkatine ve kullanımına sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İş etüdü, Verimlilik, Hizmetli.

### A FIELD STUDY FOR THE DETERMINATION OF THE WORK STUDY AND EFFICIENCY OF THE EMPLOYEES IN THE SERVANT STAFF

#### Abstract

Today, effective use of human resources is becoming increasingly important for both private and public institutions. In order to ensure that the resources are used efficiently, the performance that is realized must be measured and the standards must be raised in a way to increase efficiency. From this point of view, in the current study, the productivity of people employed at a state university faculty was measured by work study. When the results are examined, it is seen that the efficiency of the staff at the faculty is high. Although it is a very important issue in the production planning of the

enterprises, a table is presented to the attention and use of the researchers and beneficiaries, to be used in the work study studies, which are seen to be very few in the literature.

**Keywords:** Work study, Productivity, Servant

## 1. GİRİŞ

Günümüz şartlarında işletmelerin ve kamu kuruluşlarının ortaya çıkardıkları sonuçları gözden geçirerek bunu daha az maliyet ve daha yüksek fayda ile nasıl gerçekleştirebileceklerinin yollarını araması gerekmektedir (Cengiz ve Orbak, 2010:25). Bunun yanında gerek canlı gerekse de cansız olan kaynakların mümkün olduğu kadar verimli kullanımının kurumlara önemli avantajlar sağlayabileceği de dile getirilmektedir (Sabır vd., 2014:81). Ayrıca gelişen teknoloji ile birlikte küresel bağlamda sınırların ortadan kalktığı ve kurumların ayakta kalabilmek için mevcut süreçlerini sürekli olarak gözden geçirmeleri gerektiği vurgulanmaktadır (Dulkadir, 2019:69). Böylece çalışanların verimliliklerinin ölçümünün yanında onların süreçlere daha aktif katılımlarının sağlanması gerektiği yönünde tartışmaların olduğu gözlenmiştir (Güner vd., 2010:172).

Öte yandan bireylere ödenen ücretin karşılığı olarak beklenen performansın gerçekleşip gerçekleşmediğinin iş etüdüyle ortaya çıkarılması yönünde çağrılar bulunmaktadır (Güner vd., 2011:72). Jackson (1960:19) bireylerin işyerinde performanslarını etkileyen pek çok faktör içinde iş etüdünün gerçekleştirilmemiş olmasından ötürü bireylerin ne iş yapacaklarını bilmemelerini de saymaktadır. Bu çabalar neticesinde verimliliğin ölçümü için çalışmaların ortaya çıkarılması beklenmektedir. Verimlilikle ilgili hususların genelde üretimde kullanılan parametrelere yoğunlaştığı ama genelde farkın hizmeti gerçekleştiren işgücünün verimliliğinden kaynaklandığı belirtilmektedir (Brown, 1994:9). Sonuç olarak gerçekleştirilen iş etüdünün hem kuruma hem de çalışanların kendilerinin farkında olmaları bakımından işgücüne önemli katkılar sağlayabileceği dile getirilmektedir (Yıldırım, 1987a:109).

Buradan hareketle mevcut çalışmada bir devlet üniversitesinde hizmetlerin daha iyi planlanması amacıyla hizmetli kadrosunda çalışan beş personelin zaman etüdüyle verimliliklerinin ölçümü hedeflenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak yazındaki eserlerden faydalanılarak bunlarla ilgili yazın taraması konu, yöntem, kapsam ve bulgular bakımından gerçekleştirilmiştir. Daha sonra kronometraj yöntemiyle beşer farklı gözlem gerçekleştirilmiş ve buradan elde edilen verilerle hizmetlilerin verimlilikleri ölçülmüştür. Araştırma sonunda ortaya çıkan bulgular incelendiğinde hizmetlilerin genelde verimli sayılabilecek yüzdelerle sahip oldukları ortaya konulmuştur. Bunun yanında araştırmacı ve uygulayıcıların kullanımı için çalışma kapsamında kullanılan veri formu bulut teknolojisi sayesinde kullanıma sunulmuştur.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Yazın taramasının gerçekleştirilmesi için hem ulusal (ULAKBİM) ve hem de uluslararası (Emeraldinsight, Web of Science, ERIC vb.) veri tabanlarının Google akademik üzerinden incelenmesi sonucunda fazla yayının olmadığı gözlenmiştir.

Ayrıca Brown (1994:9), Cengiz ve Orbak (2010:25), Dulkadir (2019:69), Güner vd. (2010:172), Güner vd. (2011:72), Sabır vd. (2014:81), Yaman vd. (2008:13), Yıldırım (1987a:109) ve Yıldırım (1987b:67)'in kaynakçaları incelendiğinde de çok fazla yayının olmadığı dikkat çekmiştir. Buna rağmen elde edilebilen kaynakların incelenmesinden aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

İlk olarak Brown (1994:9) Toplam Kalite Yönetimi bağlamında iş etüdünü ele alarak verimliliğin ölçümü için gerekli bir süreç olduğu hakkında bilgiler sunmaktadır. Cengiz ve Orbak (2010:25) ise bir süt ürünleri işletmesinde gerçekleştirdiği iş etüdüyle verimliliği artırdığına dair bulgular paylaşmaktadır. Dulkadir (2019:69) performans bilgi sistemi oluşturulması sürecinde iş ve zaman etüdünü kullanarak hazır giyim sektöründe kullanılacak bir yazılım ortaya koymuştur. Benzer şekilde Güner vd. (2010:172) yine konfeksiyon bağlamında gerçekleştirmiş oldukları araştırmada “Work Sampling” adında bir yazılımı kullanıma sunmaktadır. Aynı yazarların bir yıl sonra gerçekleştirmiş oldukları çalışmada iş etüdüyle ücret skalasının oluşturulmasının sağlandığı gözlenmektedir (Güner vd., 2011:72). Yine konfeksiyon sektörü üzerine gerçekleştirilen başka bir çalışmada Kumaş vd. (2016:175) dizgisel olarak iş etüdüyle işletmenin iş akış diyagramlarını oluşturmuştur. Benzer biçimde Sabır ve Dönmez (2013:11) iplik üreten bir işletmede iş etüdü uygulaması gerçekleştirirken, Sabır vd. (2014:81) tekstil işletmesinin iş akış diyagramlarının oluşturulmasında iş ve zaman etüdü yöntemlerinden faydalanmaktadır.

Bunlara ek olarak Jackson (1960:19) inşaat mühendisliği bağlamında iş etüdü gerçekleştirerek işgücü ihtiyacını ortaya koymaktadır. Mobilya sektörü üzerine gerçekleştirilmiş olan bir araştırmada Sütçü vd. (2019:45) iş analizi ve benzetim yöntemlerini kullanarak verimliliği artırıcı çalışmalar yürütmüştür. Buna benzer biçimde Yıldırım (1987a:109) ve Yıldırım (1987b:67) ormancılık ve orman ürünleri üretiminde iş etüdünü kullanarak verimliliği artırmanın yollarını aramıştır. Son olarak Yaman vd. (2008:13) traktörler için kabin üretimi gerçekleştirilen bir fabrikada iş etüdünü uygulayarak fabrikanın yeniden organizasyonu maliyetleri artırmadan verimliliğin artırılabilirliğini göstermektedir.

Yazındaki çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde neredeyse tümünde iş etüdünün uygulanmasından olumlu sonuçlar elde edildiği gözlenmektedir. Ancak yine hepsinin kaynakçasının kısıtlı olduğu gözlenmiştir. Bu nedenle araştırmanın bir sonraki bölümünde iş etüdü ve verimlilikle ilgili kavramsal çerçevenin sunumunun araştırmacılara ve uygulayıcılara faydalı olacağı düşünülmektedir.

### **3. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

İş etüdü ve verimlilik birbiriyle neden sonuç ilişkisi içinde olan kavramlar olarak sunulmaktadır. Dulkadir (2019:69) iş etüdüyle kurumun genel bir değerlendirmesinin gerçekleştirilebileceğini ve bu sayede işgücüne olan ihtiyacın belirlenebileceğini dile getirmektedir. Sabır vd. (2014:81) ise teknolojik gelişmeler ve küreselleşme neticesinde artan rekabet sonucunda kurumların iş etüdüyle daha verimli hale gelme çabası içine girmek zorunda kaldıklarını ifade etmektedir. Bu sayede iş yöntemlerinin etkinliğinin artırılması ve sonuç olarak üstün performansın ek masraf

yapmadan elde edilebileceği anlaşılmaktadır. Ayrıca iş analizleriyle kurumlardaki işleyişin iyileştirilmesinin mümkün olabileceği ve herkesin sorumluluklarının da farkına varabilmesine olanak tanınabileceği de vurgulanmaktadır (Yaman vd., 2008:13). Bu bilgiler ışığında iş etüdüyle verimliliğin birbirini etkileyen kavramlar olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında bunlarla ilgili önceki çalışmalarda geçen bilgilerin sunumunun gerçekleştirilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

### **3.1. İş Etüdü**

Kavram olarak iş etüdü, İngiliz Standardına göre insan ve diğer kaynakların etkinliğinin artırılmasına yönelik gerçekleştirilen çalışmalar olarak tanımlanmaktadır (Brown, 1994:9). Ayrıca bu kavramın kaliteyi sabit düzeylerde tutmak için işleyişin gidişatı üzerinde bilgi sahibi olma çabasını da içerdiği belirtilmektedir. Almanya menşeli REFA'nın yapmış olduğu tanıma göre üretim sistemlerinin araştırılması ve düzenlenmesiyle çalışanların beklentilerinin de dikkate alınmasını sağlarken işverenin beklentilerinin elde edilebilmesine yönelik kurumun daha ekonomik biçimde çalışmasını sağlayacak iyileştirme çalışmalarının uygulanması olduğu anlaşılmaktadır (Yıldırım, 1987a:109). İş etüdü sayesinde kurumda gerçekleştirilmesi planlanan bütün eylemlerle ilgili bilgi toplamanın mümkün olduğu ve bunların iyileştirilmesine yönelik gerçekleştirilecek olan çabaların da veriye dayanması nedeniyle daha rasyonel sonuçlar ortaya çıkarabileceği gösterilmektedir (Cengiz ve Orbak, 2010:25).

İş etüdü sayesinde kurumun çok az ya da hiç maliyet ortaya çıkarmadan dizeysel bir çözümlenme yöntemiyle mevcut süreçlerinin işleyişini ölçme avantajını kazanabileceği dile getirilmektedir (Dulkadir, 2019:69). İşlem maliyeti olarak iş ve zaman etüdünün kuruma fazla iş yükü ve ek maliyetler ortaya çıkarmadan etkin sonuçlar ortaya çıkarabildiği için tercih edildiği de yazında geçen bilgiler arasındadır (Kumaş vd., 2016:175). Kavramın tarihi gelişimi açısından değerlendirmelerinde Güner vd. (2011:72)'nin sanayileşmeyle birlikte verimliliğin kurumların odağı haline gelmesinden ötürü giderek önemli hale geldiğini ortaya koydukları da gözlenmektedir. Yaman vd. (2008:13) ise bu tekniğin özellikle 18. Yüzyıl sonrasında bilimsel bir metodolojiyle yöneticilerin karar vermelerinde etkin bir karar destek mekanizması olarak üretim sistemlerinin kontrol altında tutulması için önemli faydalar ortaya koyduğunu belirtmektedir.

Bütün bu bilgiler ışığında iş etüdü kavramının çok az çaba ve maliyetle gerçekleştirilebilen, sistemin işleyişinin etkinliğini ve verimliliğini ortaya koymayı sağlayan, sanayileşmeyle birlikte 18. Yüzyıldan sonra giderek önemini artıran ve uygulandığında kurumun gerek insan gerekse de materyallere yönelik kaynaklarını etkin kullanmasını sağlayan bir husus olduğu anlaşılmaktadır.

### **3.2. Verimlilik**

Gelişen teknoloji ve iletişimle birlikte küreselleşmenin kurumlar ve ekonomiler üzerindeki etkilerini artırması nedeniyle rekabet her geçen gün etkilerini daha yoğun bir şekilde hissettirmeye başlamıştır. Fiyatlandırma ve standartlaştırma politikaları küresel normların altında kaldığında gerek özel gerekse de kamu

kuruluşlarının geride kalmaları söz konusu olmaktadır. Bu kapsamda kurumların kendilerini gözden geçirmeleri ve küresel standartlara ulaşırken bunu en düşük maliyetle gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Sonuç olarak artan ihtiyaçlara karşın azalan olanaklar verimlilikle ilgili kaygıları yükseltmektedir (Kumaş vd., 2016:175).

Kaynakların doğru şekilde kullanılmasına yönelik çabalar verimliliğe olan ilgiyi artırdıkça bunun kurumların temel odağı haline gelmesi gerektiği yönünde tartışmalar da daha yoğun şekilde yapılmaktadır. Nitekim Brown (1994:9) verimlilik olmadan bir kurumun hedefinin olamayacağını ve üretim sisteminin kontrol edilebilmesi için performansın ölçümünün gerekliliğini savunmaktadır. Dulkadir (2019:69) ise verimliliğin artırılması için iş ve zaman etüdünün gerekli olduğunu ve kaynakların en iyi şekilde kullanılmasını sağlayacak şekilde sistemin tasarlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Bunlara ek olarak Güner vd. (2010:172) üretimde geçen zamanın verimliliğin ölçümünde önemli bir kıstas olduğunu ve ürün ile hizmetlerin pazara sunulmasında geçen zamanın da bir rekabet ölçütü olduğunu hatırlatmaktadır. Ayrıca Sabır vd. (2014:81) verimliliğin artırılması için illa ki daha gelişmiş teknolojik altyapılara sahip olmanın gerekmediğini, aksine mevcut sistemlerin iyileştirilmesi ve personelin motivasyonunu yükseltecek çalışmaların yapılmasının da artış sağlayabileceğine işaret etmektedir. Sonuç olarak Yaman vd. (2008:13)'nin de ifade ettiği üzere teknoloji hızla gelişirken pazara ürün ve hizmetlerin sunumuyla ilgili akıl almaz hızlara ulaşılması mümkün olmaktadır. Ancak üretim süreçleri birbirini tamamlayan ardışık eylemlerden oluştuğu için her birinin genel sisteme etkisinin değerlendirilebilmesi için iş ve zaman etüdüne ihtiyaç duyulmaktadır.

Özetle verimlilik sanayileşmeyle birlikte kurumların odağı haline gelmektedir. Her geçen gün artan beklentileri karşılamak için kısıtlı kaynakları kullanmak zorunda kalan kurumların verimliliği sağlamaları için etkin planlama, örgütlenme, yöneltme ve denetimle çağdaş yönetim yaklaşımlarını rasyonel şekilde kullanarak işlerini yürütmeleri gerekmektedir. Bütün bunların gerçekleştirilebilmesi için de veriye dayanan bir performans ölçüm yönteminin uygulanması ve personelin de benimseyebileceği şekle getirilerek verimliliğin artırılmasına yönelik çaba sarf edilmesi gerekmektedir. Bu çabalar kapsamında araştırmanın bir sonraki bölümü devlet üniversitesindeki fakültede hizmetli kadrosunda çalışanların iş etüdünün yöntem ve bulgularının sunumunu sağlayacaktır.

#### **4. YÖNTEM VE BULGULAR**

İş etüdü genelde zaman ve metot etüdü olmak üzere iki bölüm içinde ele alınmaktadır (Sabır vd., 2014:81). Bu bağlamda işlerin seçimi, yöntemin belirlenmesi, bilgi toplama, geliştirme ve yorumlama aşamalarının yapılması önerilmektedir. İş etüdüyle ilgili önceki çalışmaların yöntemlerinin incelenmesi neticesinde mevcut çalışmanın metodolojisi oluşturulmuştur. Bu kapsamda elde edilen bilgiler değerlendirildiğinde Brown (1994:9)'ın iş etüdünün gerçekleştirilmesi için işlerin gerçekleşme sıklığının, çalışanların bir yerden başka yere gidip gitmediklerinin, iki ya da daha çok çalışanın aynı süreçlerde yer alıp almadığının ve çalışanların işi bitirdiğine dair performans ölçütlerinin olup olmadığının kontrol edilmesi gerektiğini ifade ettiği gözlenmektedir. Cengiz ve Orbak (2010:25) ise iş etüdünün gerçekleştirilmesi için

kronometraj yöntemiyle süre bazında ölçümler gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Bunların yanında Dulkadir (2019:69) zaman etüdünün gerçekleştirilmesi için yeterli sayıda ölçüm yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu kapsamda iş etüdü gerçekleştirilmeden önce yerleştirme, sürdürme, geliştirme, ölçüm, saptama, seçim, kayıt, inceleme neticesinde iş analizlerinin yapılabileceğini göstermektedir. Ayrıca Güner vd. (2010:172) iş etüdünün gerçekleştirilmesi için tam denetimin mümkün olmayacağını ve iş örnekleme kullanılarak izlenecek olan süreçlerin seçilmesi gerektiğini dile getirmektedir. Aynı yazarlar analitik iş değerlendirme kapsamında iş tanımlaması, iş gereklerinin analizi ve kişiye yüklenen iş yükünün tespitinden oluşan üç basamak kuralının uygulanabileceğini ifade etmektedir (Güner vd., 2011:72). Benzer biçimde Kumaş vd. (2016:175) iş etüdünün gerçekleştirilmesi için izlenecek olan işlerin iyi belirlenmesinden sonra standart zamanların hesaplanmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Yıldırım (1987a:109) ise zaman değerleri, kıstas miktarı ve etken faktörlerin değerlendirmesiyle iş etüdünün yapılması gerektiğini dile getirmektedir. Yöntem bakımından güncel bilgilerin derlendiği bir çalışmada Sütçü vd. (2019:45) iş etüdünün çevresel koşulları değerlendirerek işlerin iyi bir şekilde tanımlanması, iş akışlarının ortaya çıkarılması, personelin ortaya koyduğu performansın ölçümü ve işi gerçekleştirirken ortaya koyduğu tempo takdirinin de kullanılmasını önermektedir.

Bütün bu çalışmaların metodolojilerinin incelenmesi neticesinde mevcut çalışmanın yönteminin zaman etüdü şeklinde olması gerektiği ve bunun için kronometraj yönteminin kullanılması kararlaştırılmıştır. Ayrıca işlerin belirlenmesi, ölçümü ve değerlendirilmesi üzerinden üç basamak yönteminin uygun olacağı da anlaşılmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak hizmetli kadrosunda çalışan kişilerin hizmet sağladıkları alan açısından eşitlenmeleri sağlanmıştır. Böylece iş yüklerinin eşitlenmesi mümkün olmuştur. İkinci aşamada ise bu kişilerin yapması gereken işler belirlenmiştir ve bu süreçler Tablo 1’de sunulmuştur.

<b>Tablo 1. Hizmetli Kadrosunda Çalışan Kişilerin Yapması Beklenen İşler</b>
Çay demleme
Bulaşıkları yıkama
Personel oda temizleme
Koridorları paspaslama
Sınıfların temizliği
Evrak getir-götür işlemleri
Lavabo temizliği

Bu kapsamda genel temizlik işlerinin yanında evrakların başka birimlere gönderilmesiyle ilgili işlemleri yaptıkları gözlenmektedir. İkinci aşamada bu kişilerin işleri yapış sıklıkları haftalık olarak kendilerine sorulmak suretiyle istenmiş ve bunun gerçek olup olmadığı ilgili müdürün görüşleri ile değerlendirilmiştir.

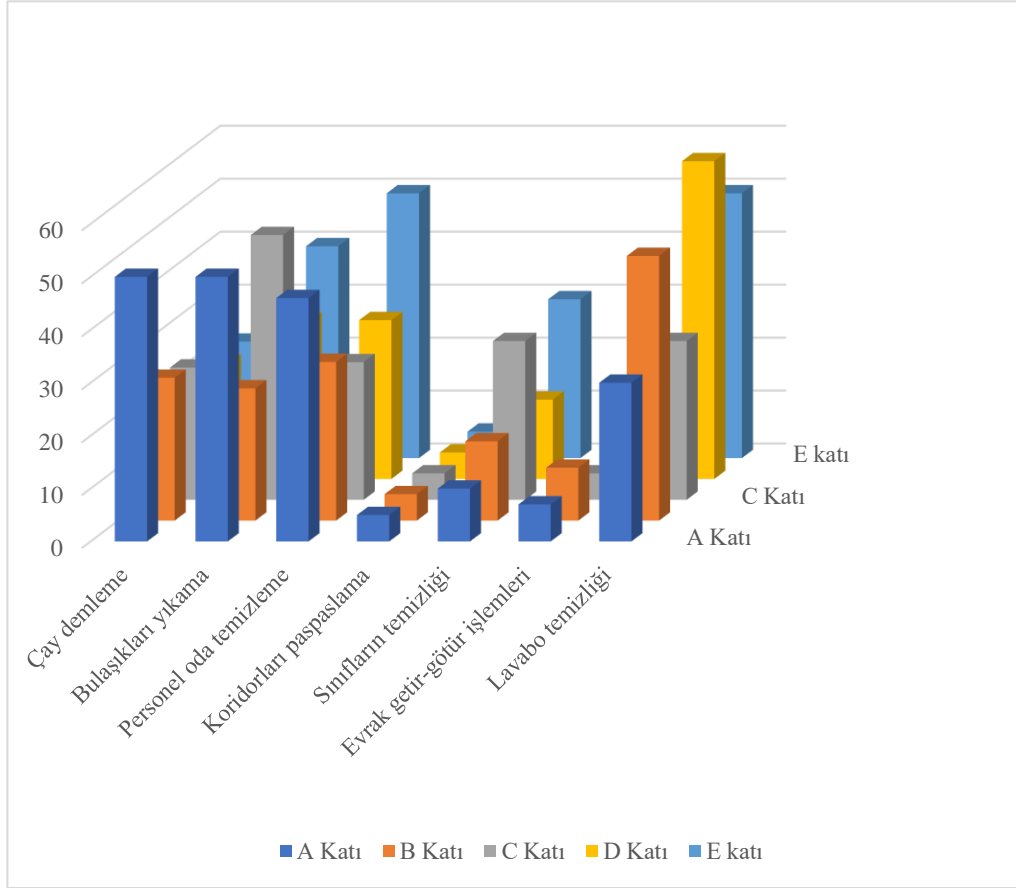
<b>Tablo 2. İzlenen İşlerin Haftalık Oluş Sıklıkları</b>					
	<b>A Katı</b>	<b>B Katı</b>	<b>C Katı</b>	<b>D Katı</b>	<b>E Katı</b>
<b>Çay demleme</b>	50	27	25	22	22
<b>Bulaşıkları yıkama</b>	50	25	50	30	40
<b>Personel oda temizleme</b>	46	30	26	30	50
<b>Koridorları paspaslama</b>	5	5	5	5	5
<b>Sınıfların temizliği</b>	10	15	30	15	30
<b>Evrak getir-götür işlemleri</b>	7	10	5	7	7
<b>Lavabo temizliği</b>	30	50	30	60	50

Personelden elde edilen bulgular kapsamında haftalık bazda işlerin dengeli sayılabilecek şekilde gerçekleştiği gözlenmektedir. Dağılımın incelenmesi için grafik kullanımının daha uygun olacağı değerlendirilmiştir. Sonuçlar Şekil 1’de sunulmuştur.

<b>Tablo 3. Beş Gözlem Üzerinden Dakika Bazında Gerçekleşen Süreler</b>					
<b>Çay demleme</b>					
A Katı	5	4	5	3	4
B Katı	10	7	10	8	5
C Katı	5	5	6	4	3
D Katı	5	6	5	4	3
E Katı	5	5	6	4	4
<b>Bulaşıkları yıkama</b>					
A Katı	10	10	8	7	7
B Katı	15	15	13	13	14
C Katı	8	10	10	10	8
D Katı	10	10	12	7	8
E Katı	10	10	10	8	7
<b>Personel oda temizleme</b>					
A Katı	10	11	10	10	10
B Katı	15	16	15	15	15
C Katı	15	14	15	13	12
D Katı	10	10	10	11	11
E Katı	10	10	13	12	10
<b>Koridorları paspaslama</b>					
A Katı	60	55	50	55	50
B Katı	60	60	50	50	55
C Katı	60	60	60	60	50
D Katı	60	65	55	60	60
E Katı	60	60	55	55	50
<b>Sınıfların temizliği</b>					
A Katı	40	40	50	40	40
B Katı	15	15	15	20	20
C Katı	20	20	20	20	20
D Katı	30	30	35	25	20
E Katı	15	15	15	15	25
<b>Evrak getir-götür işlemleri</b>					
A Katı	10	10	8	10	8



B Katı	8	10	10	10	8
C Katı	10	10	10	10	7
D Katı	10	10	8	10	8
E Katı	10	12	10	8	8
<b>Lavabo temizliği</b>					
A Katı	15	15	15	14	10
B Katı	15	15	15	15	15
C Katı	20	20	15	20	19
D Katı	15	15	15	15	16
E Katı	10	11	12	12	10



**Şekil 1.** Haftalık İşlerin Oluş Sıklığı

Buradan elde edilen veriler incelendiğinde personelin haftada günlük rutin olarak işlerini yürüttükleri gözlenmektedir. Ancak sadece işlerin belirlenmiş olması performans ölçümü için yeterli olmamaktadır. Bunun için kronometraj yöntemiyle işlerin oluş zamanları beş gözlem üzerinden değerlendirilmiştir. Bu çalışmanın sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur.

Gerçekleşen performanslar incelendiğinde sınıfların temizliği ve çay demleme görevleri haricinde birbirine yakın rakamların elde edilmiş olduğu belirlenmiştir. Böylece veri toplama aşaması tamamlanmıştır. İş etüdünün ikinci aşamasını gerçekleştirmek üzere Tekin (2003:140)'in önerdiği şekliyle yapılması sağlanmıştır. Bu kapsamda;

N: öngörülen gözlem sayısı

n: yapılan gözlem sayısı

p: duyarlılık düzeyi

Z: güven katsayısı (%68,3=>1; %95,5=>2 ve %99,7=>3 olmak üzere)

x: gözlem süresi

R: tempo takdiri

$\alpha$ : tolerans

olmak üzere öncelikle toplam zaman ortaya çıkarılmıştır ( $\sum x$ ). Buradan ortalama zaman ( $\frac{\sum x}{n}$ ) formülüyle hesaplanmıştır. Daha sonraki aşamada normal zaman;

*Normal zaman = Ortalama zaman \* R* formülüyle elde edilmiştir. Bir sonraki aşamada standart zaman ;

*Standart zaman = Normal zaman(1 + $\alpha$ )* ile hesaplanmıştır. Ayrıca olması gereken gözlem sayısının belirlenmesi için;

$$N = \frac{z^2[n\sum x^2 - (\sum x)^2]}{p^2(\sum x)^2}$$
 formülü kullanılmıştır. Burada güven katsayısı %95,5 üzerinden hesaplanmış ve Z değeri 2 olarak yerine konulmuştur.

Bütün bu hesaplamaların gerçekleştirilmesinin kolay bir şekilde gerçekleştirilmesi ve başka araştırmacıların da kullanabilecekleri bir formun oluşturulması amacıyla işlemler Microsoft Excel üzerinden yapılmıştır.

Tablo 4. İş Etüdü Sonuçları												
Çay demleme	1. Gözlem	2. Gözlem	3. Gözlem	4. Gözlem	5. Gözlem	Tempo takdiri	Toplam zaman	Ortalama zaman	Normal Zaman	Standart zaman	Olması gereken gözlem sayısı	Haftada Kaç defa?
A Katı	5	4	5	3	4	80	21	4.2	3.36	4.032	51	50
B Katı	10	7	10	8	5	80	40	8	6.40	7.680	90	27
C Katı	5	5	6	4	3	80	23	4.6	3.68	4.416	79	25
D Katı	5	6	5	4	3	80	23	4.6	3.68	4.416	79	22

E Katı	5	5	6	4	4	80	24	4.8	3.84	4.608	39	22
Bulaşıkları yıkama												
1. Gözlem												
2. Gözlem												
3. Gözlem												
4. Gözlem												
5. Gözlem												
Tempo takdiri												
Toplam zaman												
Ortalama zaman												
Normal Zaman												
Standart zaman												
Olması gereken gözlem sayısı												
Haftada Kaç defa?												
A Katı	10	10	8	7	7	80	42	8.4	6.72	8.064	42	50
B Katı	15	15	13	13	14	80	70	14	11.2	13.44	7	25
C Katı	8	10	10	10	8	80	46	9.2	7.36	8.832	18	50
D Katı	10	10	12	7	8	80	47	9.4	7.52	9.024	55	30
E Katı	10	10	10	8	7	80	45	9	7.2	8.64	32	40
Personel oda temizleme												
1. Gözlem												
2. Gözlem												
3. Gözlem												
4. Gözlem												
5. Gözlem												
Tempo takdiri												
Toplam zaman												
Ortalama zaman												
Normal Zaman												
Standart zaman												
Olması gereken gözlem sayısı												
Haftada Kaç defa?												
A Katı	10	11	10	10	10	80	51	10.2	8.16	9.792	2	46
B Katı	15	16	15	15	15	80	76	15.2	12.16	14.592	1	30
C Katı	15	14	15	13	12	80	69	13.8	11.04	13.248	11	26
D Katı	10	10	10	11	11	80	52	10.4	8.32	9.984	4	30
E Katı	10	10	13	12	10	80	55	11	8.8	10.56	21	50
Koridorları paspaslama												
1. Gözlem												
2. Gözlem												
3. Gözlem												
4. Gözlem												
5. Gözlem												
Tempo takdiri												
Toplam zaman												
Ortalama zaman												
Normal Zaman												
Standart zaman												
Olması gereken gözlem sayısı												
Haftada Kaç defa?												
A Katı	60	55	50	55	50	80	270	54	43.2	51.84	8	5
B Katı	60	60	50	50	55	80	275	55	44	52.8	11	5
C Katı	60	60	60	60	50	80	290	58	46.4	55.68	8	5
D Katı	60	65	55	60	60	80	300	60	48	57.6	4	5
E Katı	60	60	55	55	50	80	280	56	44.8	53.76	7	5

Sınıfların temizliği	1. Gözlem	2. Gözlem	3. Gözlem	4. Gözlem	5. Gözlem	Tempo takdiri	Toplam zaman	Ortalama zaman	Normal Zaman	Standart zaman	Olması gereken gözlem sayısı	Haftada Kaç defa?
A Katı	40	40	50	40	40	80	210	42	33.6	40.32	15	10
B Katı	15	15	15	20	20	80	85	17	13.6	16.32	33	15
C Katı	20	20	20	20	20	80	100	20	16	19.2	0	30
D Katı	30	30	35	25	20	80	140	28	22.4	26.88	53	15
E Katı	15	15	15	15	25	80	85	17	13.6	16.32	89	30
Evrak getir-götür işlemleri	1. Gözlem	2. Gözlem	3. Gözlem	4. Gözlem	5. Gözlem	Tempo takdiri	Toplam zaman	Ortalama zaman	Normal Zaman	Standart zaman	Olması gereken gözlem sayısı	Haftada Kaç defa?
A Katı	10	10	8	10	8	80	46	9.2	7.36	8.832	18	7
B Katı	8	10	10	10	8	80	46	9.2	7.36	8.832	18	10
C Katı	10	10	10	10	7	80	47	9.4	7.52	9.024	26	5
D Katı	10	10	8	10	8	80	46	9.2	7.36	8.832	18	7
E Katı	10	12	10	8	8	80	48	9.6	7.68	9.216	39	7
Lavabo temizliği	1. Gözlem	2. Gözlem	3. Gözlem	4. Gözlem	5. Gözlem	Tempo takdiri	Toplam zaman	Ortalama zaman	Normal Zaman	Standart zaman	Olması gereken gözlem sayısı	Haftada Kaç defa?
A Katı	15	15	15	14	10	80	69	13.8	11.04	13.248	32	30
B Katı	15	15	15	15	15	80	75	15	12	14.4	0	50
C Katı	20	20	15	20	19	80	94	18.8	15.04	18.048	17	30
D Katı	15	15	15	15	16	80	76	15.2	12.16	14.592	1	60
E Katı	10	11	12	12	10	80	55	11	8.8	10.56	11	50

Bu sayede hizmetlilerin verimliliklerinin ortaya çıkarılabilmesi için kıstaslar oluşturulmuştur. Böylece haftalık olarak kaç defa işleri yaptıkları üzerinden toplam

mesai ile karşılaştırıldığında verimlilikleri hesaplanabilmektedir. Hizmetli kadrosunda çalışanların verimlilikleri Tablo 5 ile ortaya konulmuştur.

<b>Tablo 5. Hizmetlilerin Verimlilikleriyle İlgili İstatistikler</b>					
	<b>Toplam mesai (Dakika)</b>	<b>Gerçekleştirilen İşler (Dakika)</b>	<b>Verimlilik (%)</b>	<b>Aylak Zaman (Dakika)</b>	<b>Saat bazında Aylak Zaman</b>
<b>A Katı</b>	2640	2176.896	82.46	463.104	7.7
<b>B Katı</b>	2640	2298.24	87.05	341.76	5.7
<b>C Katı</b>	2640	2337.408	88.54	302.592	5.0
<b>D Katı</b>	2640	2295.936	86.97	344.064	5.7
<b>E Katı</b>	2640	2325.888	88.10	314.112	5.2

Böylece en düşük %82,46 ve en yüksek %88,54 olmak üzere verimlilikler belirlenmiştir. Bu bulgu verimliliğin hizmet sektörüne göre yüksek sayılabileceğini göstermektedir. Verilerle ilgili gerçekleştirilmesi gereken gözlem sayılarınca gözlem yapılarak asıl performans değerlerinin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Ancak bu yöntem fakülte için bir performans temelli değerlendirme sisteminin ortaya çıkması için temel teşkil edecek özellikler barındırdığı için bu çalışmanın sonuçları önemli görülmektedir.

## **5. SONUÇ, KISIT VE ÖNERİLER**

Küresel gelişmeler neticesinde bireylerin ihtiyaçları çeşitlendikçe kurumlardan beklentileri artmakta ve kurum yöneticileri kıt kaynaklarla artan ihtiyaçları karşılamak durumunda kalmaktadır. Böylece yöneticiler karar destek sistemi olarak çok kriterli karar verme teknikleriyle birlikte üretim yönetiminde sıkça tercih edilen yöntemlere başvurarak insan ve diğer kaynaklarını etkin yönetmenin yollarını aramaktadır. Bu arayıştan yola çıkarak mevcut çalışmada bir devlet üniversitesine bağlı olan fakültede hizmetli kadrosunda çalışan personelin iş etüdüyle verimliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu kapsamda yapılan yazın taramasından elde edilen bulgular ışığında mevcut çalışmanın metodolojisinin zaman etüdü olması gerektiği belirlenmiştir. Bu kapsamda kronometraj yöntemiyle beş gözlemden oluşan veriler toplanmıştır. Gerçekleştirilen analizler neticesinde hizmetlilerin hizmet sektörü açısından verimli skorlar elde ettikleri gözlenmiştir. Bu sonuçlar fakülte için ileride gerçekleştirilmesi planlanan performans temelli değerlendirme için bir başlangıç teşkil edecektir.

Yazındaki çalışmaların bulguları incelendiğinde Brown (1994:9)'ın iş etüdüyle kaynakların daha etkin kullanıldığı, iş ortamının şartlarının iyileştirildiği ve bireylerin süreçlere gönüllü katılımının daha yüksek oranlarda gerçekleştiğini paylaştığı gözlenmektedir. Mevcut çalışmanın sonuçları da bireylerin bu tür süreçlere etkin şekilde katılım sergilediklerini göstermektedir. Ayrıca yapılan tespit ile öncü veriler gerçekleşmesi gereken gözlem sayıları elde edildiğinde daha etkin sonuçlar ortaya

koyacaktır. Benzer biçimde Cengiz ve Orbak (2010:25) iş etüdüyle zaman tasarrufu yapılabildiğini belirterek kurumların daha verimli şekilde çalışabileceklerini ifade etmektedir. Benzer bulgulara Sabır vd. (2014:81), Sütçü vd. (2019:45) ve Yaman vd. (2008:13)'nde de görmek mümkündür. Gerçekleştirilen çalışma sonucunda personelin performansının değerlendirildiğine yönelik algısı artırılarak zamanı ve kaynakları etkin şekilde kullanmaları sağlanacaktır. Böylece maliyetler azaltılırken verimlilik de artış sergileyecektir. Dulkadir (2019:69) ise personelin performansının değerlendirilebilmesi için objektif ölçütlerin kullanılması sayesinde verimliliğin artırılabilirliğini savunmaktadır. Kumaş vd. (2016:175) ise iş etüdünün ergonomiyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen bulguların performans değerlendirme sistemine dönüştürülmesinde bu tür hususların da dikkate alınması sağlanacaktır. Mevcut çalışmada gerçekleştirilmesi gereken gözlem sayılarına ulaşıldığında ortaya çıkarılacak olan performans değerlendirme sistemi kurumun daha etkin şekilde çalışmasını sağlayacaktır. Güner vd. (2010:172) ve Güner vd. (2011:72) yapmış oldukları çalışma sonucunda bireylerin kullanabilecekleri bir performans değerlendirme yazılımının ortaya çıktığını göstermektedir. Benzer biçimde araştırmacıların ve faydalanıcıların kullanımına yönelik olarak mevcut çalışmada kullanılan Microsoft Excel formatındaki form bulut teknolojisi sayesinde <https://bit.ly/2SB3jzd> linkinden indirilebilmektedir.

Sonuç olarak fakültenin bilim tabanlı rasyonel şekilde yönetilmesi için önemli bir çalışma gerçekleştirilmiş bulunmaktadır. Böylece hem üretim yönetimi alanında çalışacak olan akademisyenlerin hem de üretimden sorumlu olan kişilerin kendilerine uyarlayabilecekleri bir form kullanıma sunulmuş olmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Brown, Stephen (1994), " **The Role Of Work Study In TQM**", The TQM Magazine, Volume:6, Number:3, pp.9-15.
- Ceyhun Sabır, Emel ve Dönmez, Utkay (2013), " **İplik İşletmesinde İş Etüdü Uygulaması**", Journal of Textiles and Engineer, Yıl:2013/4, Cilt:20, Sayı:92, ss.11.
- Ceyhun Sabır, Emel vd. (2014), " **Tekstil Terbiye İşletmesinde İş Akış Diyagramı ile İş Etüdü**", Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, Sayı:29, Cilt:1, ss.81-88, Haziran 2014.
- Dulkadir, Berkant (2019), " **İş ve Zaman Analizi Yöntemi İle Performans Bilgi Sisteminin Oluşturulması**", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:36, Denizli, ss.69-78.
- Gündüz Cengiz, Tülin ve, Orbak, Ali Yurdun (2010), " **Bir Süt ve Süt Ürünleri İşletmesinde İş ve Zaman Etüdü Çalışması ile Verimliliğin Arttırılması**", International Journal of Engineering Research and Development, Volume:2, Number:2, June 2010, pp.25-29.
- Güner, Mücella vd. (2010), " **Konfeksiyonda İş Örneklemesi Metodu ve Yakınlık Derecesi Prosedürü İle Yerleşim Planlaması**", Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi, Cilt:2, ss.172-177.
- Güner, Mücella vd. (2011), " **Analitik İş Değerlendirme Yönteminin Uygulanması İle Konfeksiyon İşletmelerinde Ücret Skalasının Oluşturulması**", Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi, Cilt:21, ss.72-76.
- Jackson, T. E. A. K. (1960), " **The Development of Work Study in Building and Civil Engineering**", Technical Education, April 1960, pp.19-22.
- Kumaş, Zehra vd. (2016), " **Konfeksiyon İşletmesinin Verimliliği için İş Etüdü Tekniği Kullanımı**", Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, Sayı:31, Cilt:1, ss.175-189, Haziran 2016.
- Sütçü, Abdullah vd. (2019), " **Bir Mobilya Üretim Tesisinde İş Analizi ve Benzetim Uygulaması ile Süreç Verimliliğinin Arttırılması**", Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, Sayı:17, ss.45-57.
- Tekin, Mahmut (2003), **Üretim Yönetimi Cilt 1**, ss.140, Arı Ofset Matbaacılık ,Konya.
- Yaman, Ramazan vd. (2008), " **Traktör emniyet kabini imalatı yapan bir işletmede metot ve zaman etüdü teknikleri ile verimliliğin arttırılması**", Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Aralık 2008, Cilt:10, Sayı:2, ss.13-32.
- Yıldırım, Melikşah (1987a), " **Ormancılıkta İş Etüdü**", İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Cilt:37, Sayı:1, ss.125-140.
- Yıldırım, Melikşah (1987a), " **Orman İşlerinde Zaman Etüdü Değerlendirmesi**", İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Cilt:37, Sayı:3, ss.67-85.

---

## İİBF ÖĞRENCİLERİNİN KARIYER PLANLAMASINDA MUHASEBE VE BANKACILIK-FİNANS MESLEKLERİNİN YERİ: SCHEIN'İN KARIYER DEĞERLERİ KÜMESİ AÇISINDAN BİR ANALİZ<sup>1</sup>

**Mehmet DEMİR**

Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet Ü. İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü,  
e-posta: mehmet\_demir01@hotmail.com,  
ORCID: 0000-0003-1796-7974

**Hesna YILDIRIM**

Uzman, e-posta: hesnaa67@gmail.com,  
ORCID: 0000-0002-6810-4223

---

### Öz

Bu çalışmanın amacı, Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi temelinde İİBF öğrencilerinin kariyer planlamasında muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine hangi sebeplerle yer verdiklerini tespit etmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İİBF'nde 1. ve 4. sınıfta okuyan öğrencilerden 512'si üzerinde Nisan 2019'da bir anket uygulanmıştır. Veriler, SPSS 23 istatistiksel paket programı ile analiz edilmiştir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda verilerin normal dağılım göstermediği saptanmış bu yüzden fark testleri için Mann Whitney U ve Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Analizler sonucunda, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin tercihinde Schein'in Kariyer Değerleri Kümesinde yer alan "Güdü ve İhtiyaçlar" boyutundaki ifadelerle "kararsızım", hem "Mesleki Yetenek" hem de "Değer Yargıları" boyutlarında yer alan ifadelerle ise "katılıyorum" düzeyinde katılım gösterildiği saptanmıştır. Bazı ifadelerde bağımsız değişkenler (cinsiyet, sınıf düzeyi ve okunan bölüm) açısından anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Muhasebe Mesleği, Kariyer Planlama, Schein'in Kariyer Değerleri.

---

<sup>1</sup> Bu makale, Prof. Dr. Mehmet DEMİR danışmanlığında Hesna YILDIRIM tarafından hazırlanan "Schein'in Kariyer Değerleri Kapsamında İİBF Öğrencilerinin Muhasebe ve Bankacılık-Finans Mesleklerine Yönelik Düşüncelerinin Analizi" adlı yüksek lisans tezinden büyük ölçüde yararlanarak üretilmiştir.



## THE PLACE OF ACCOUNTING AND BANKING -FINANCE PROFESSIONS IN THE CAREER PLANNING OF FEAS STUDENTS: AN ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF SCHEIN'S SET OF CAREER VALUES

### Abstract

The aim of this study is to determine the which reasons IIBF (FEAS) students include accounting and banking-finance professions in career planning based on Schein's set of career values. The survey developed for this purpose was applied to 512 students studying in the 1st and 4th grades at Sivas Cumhuriyet University FEAS in April 2019. Data were analyzed with SPSS 23.0 for Windows statistical package program. The Mann Whitney U and Kruskal-Wallis H tests were used for difference tests as the Kolmogorov-Smirnov test revealed that the data showed no normal distribution. As a result of the analysis, it was determined that the participants were 'undecided' in expressions in the 'Motives and Needs' dimension of Schein's Career Anchors, and 'agree' in those in the 'Vocational Aptitude' and 'Value Judgments' dimensions when they preferred accounting and banking-finance professions. Some expressions have significant differences in terms of variables.

**Keywords:** Accounting Profession, Career Planning, Schein's Career Values.

### 1. GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından biri artan genç nüfusunun kariyer planlamasında yaşadıkları problemlerdir. Kariyer planlaması konusunda bilgisizlikten kaynaklanan kendilerine uygun olmayan kariyer hedefi belirlenmesi, gelecekte niteliksiz iş gücünün doğmasına ve seçtikleri meslekte çalışan mutsuz birey sayısının artmasına yol açmaktadır. Bazıları yanlış yaptıkları kariyer planında mutsuz olarak iş hayatlarına devam etse de bazıları yeniden kariyer planı yapmaya yönelmektedir. Bu ise daha önceden bilinçsizce yapılan kariyer planının bedelinin zaman kaybı olarak ödetilmesidir.

Okullardaki uzman rehberlik hizmetlerine veya ebeveynlere, kişilere daha sağlıklı kariyer planı yapmaları konusunda ihtiyaç duyulmaktadır. Birçok okulda rehberlik servisi bulunmaktadır ve öğrencilerin kariyer yönlendirmeleri burada yapılmaktadır. Bu konuda Milli Eğitim Bakanlığı (MEB)'nin lise eğitiminde yaptığı müfredat değişikliği tam da konumuzla ilgili olan sıkıntıyı teyit etmektedir. MEB, 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılında 9. sınıfı okuyacak öğrencilerle başlanarak aşamalı olarak müfredat geliştirme çalışmalarının tamamlanması amaçlanmıştır. Bu amaçta; en önemli nokta her bir lisede kariyer ofisleri bulundurulacaktır. Böylece öğrenciler, üniversite eğitimi öncesinde, seçecekleri kariyer dersleriyle hem bir üst sınıf kademesine daha kararlı bir seçim yaparak geçecek hem de ilgi ve becerileri temelinde iş dünyasıyla karşılaşmaya hazır olacaklardır (aa.com.tr, 18.05.2019).

Kariyer planlaması konusunun önemli figürlerinden biri olan Schein, 1970 ve 1980'li yıllarda yaptığı araştırmaların sonucunda, bireylerin kariyer seçimlerinin altında yatan faktörleri 3 boyut 8 alt başlık altında toplamıştır. Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi olarak adlandırdığı bu boyut ve başlıklar araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

Özellikle araştırma kapsamındaki bölümlerin 4 yıllık müfredatında, bahse konu mesleklere yönelik çok sayıda dersler, uygulamalar yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı da, İİBF öğrencilerinin kariyer planlamasında muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine, Schein'in kariyer değerleri kümesi temelinde oluşturulan ifadelerin daha çok hangilerinden dolayı yer verdiklerini tespit etmektir. Bir başka ifade ile çoğunlukla bu mesleklere dönük bilgiler alan ve alacak olan öğrencilerin kariyer planlarında bu mesleklere yer vermelerinde hangi sebepler öne çıkmaktadır? İşte temelde bu soruya cevap aramak düşüncesi bizleri böyle bir çalışmaya sevk etmiştir.

## 2. KARIYERİN TANIMI

Kariyer kelimesi, Fransızca 'carrière', İngilizce 'carrier' kelimelerinin karşılığı olarak Türkçe'de yer almıştır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde kariyer; *"bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık şeklinde"* tanımlanmıştır (TDK, 2014)

Kariyer; insanın dünyaya gelip, yetişmesiyle, ailenin değer ve tutumlarıyla, ailesinin olumlu veya olumsuz yönlendirilmesiyle, aldığı eğitimle, kişilik özellikleriyle şekil alan bir kavram olarak açıklanmaktadır (Özdemir ve Mazgal, 2012:101).

Kariyerler kişisel olmakla birlikte iş hayatı boyunca yapılan tercihlerle de şekil almaktadır. Kişi ve çevresi arasında karşılıklı etki ile meydana gelip tüm hayatı süresince de dikey veya yatay boyutlarda ilerlemeye devam etmekte ve hayattaki tecrübelerden pay çıkarma ile sonuçlanmaktadır (Decenzo ve Robbins, 2007:233).

İnsanlar ilgi duydukları meslekte yer alsalar bile yaşamları boyunca kariyerlerinde bazı sorunlarla karşılaşabilirler. Bunlar (Çarıkçı ve Erdoğan Morçin, 2014:69):

- Kadınların yükselme problemleri (Cam tavan sendromu),
- Her iki eşin de kendi kariyeri peşinden gitmesi (Çift kariyerli eşler),
- Birden fazla uzmanlık alanına sahip olunması (Çift kariyerlilik),
- Maddi yetersizlikten birden fazla işte çalışma (Ay ışığı sorunu),
- Kariyer duraklaması (Kariyer platosu),
- Yeteneklerin zamanla yitirilmesi (Beceri eksikliği),
- İşten çıkarılma,
- Tükenmişlik sendromu,
- Stres,
- Değer kaybetme ve gözden düşmedir.

Bu sorunlarla daha az karşılaşmak ve karşılaşıldığında başarılı bir şekilde başa çıkmak için kariyer planlamasının ve kariyer yönetiminin önemli olduğu söylenebilir.

Bu noktada işletme/kurum içerisindeki insan kaynakları bölümünün, bireylerin yüksek motive edilmiş olmasına, iş tatminine, verimli çalışmaya, yaşanan değişimler karşısında çalışanın tutumuna olumlu etkisi olmaktadır (Çankı ve Erdoğan Morçin, 2014:69).

### 3. KARIYER PLANLAMASI

Kişinin kendi yeteneklerine uygun ve severek yapacağı mesleği seçmesi, iş hayatında kariyerli bir pozisyonda olması yapacağı planla yakından ilgilidir. Bu planlamayı ise kişinin geleceğine dair yol haritası olarak görmek gerekir.

Çalışanlar; yeteneklerinin, bilgilerinin, zayıf ve güçlü yönlerinin farkında olup örgütteki yükselmelerine dair hedefleri için plan yapmaktadırlar. Kariyer planlaması, hem kişi hem de işletme açısından önemli olan bir süreçtir. Elde edilen başarı ya da başarısızlık kişinin kariyer planlarıyla ilgili tahminlerde bulunmasına, benliğini tamamlamasına ve hatta kişinin kendi kendisini tanımaya yardımcı olmaktadır. Bu sayede kişinin motivasyonu olumlu veya olumsuz değişkenlik gösterir (Öner, 2001:18).

Performans ve işgören enerjisinin önemli olduğu iş hayatında bugün gelinen son noktada daha fazlasına ihtiyaç vardır. Kariyer planlaması; değişen ve gelişen teknoloji ile mesleklerin, sürekli öğrenmenin, iş tecrübelerinin ne denli etkili olduğu bilincine varılmasını sağladığından organizasyon ve birey açısından üzerinde durularak dikkat edilmesi gereken önemli bir süreçtir. Ancak, kişilerin kariyer planlama sürecinde hayatta beklenmedik olaylarla karşılaşmaları, olumsuz sonuçlar elde etmeleri bireylerin de amaçlarının yön değiştirmesine sebep olmaktadır (Taşlıyan vd, 2011:235).

Birey; devamlı olarak kişisel performansını-kişisel gelişimini takip ederek kariyer planına göre ilerlemesini kontrol etmelidir (Müftüoğlu ve Erol, 2013:40).

Kişinin kariyer planlamasını doğru yapması işverenler tarafından da desteklenmelidir. Nitekim kariyer planlamasının işgörene etkisinin yanı sıra örgüt açısından da büyük önemi vardır. İşletme açısından işgörenin hedeflerindeki isteklerin bilinmesi gerekir. Bunlar (Acar ve Özdaşlı, 2017:305):

- Terfi sisteminde eşitlik,
- Kariyer gelişimi performans değerlendirme ile ilgili yerinde geri bildirim alınması,
- Kariyer gelişimi hakkında yeterli bilgi verilmesi,
- İş görenlerin yaşlarının farklılığının ve faaliyet gösterdikleri meslekte farklı tatmin düzeylerine sahip olduklarının bilinmesi.

İşletme açısından kariyer planlamasındaki olumsuz olgu birey üzerinde iz bırakacaktır. Bu da personelin örgütten beklentisinin karşılanmamasının etkisiyle iş yaşamında stres, gerginlik ve monotonluğa sebep olmaktadır (Aytaç, 2005:142).

Kariyer planlaması Jaffe ve Scott (1991:33)'e göre beş bölümden oluşmaktadır. Bunlar;

- Kendini değerlendirme,
- Fırsatları tanıma,
- Hedef belirleme
- Kariyer planını belirleme ve
- Harekete geçme.

Birey; hedeflerini, hayallerini, yeteneklerini, güçlü ve zayıf yönlerini, ilgi alanlarını kendini değerlendirme aşamasında belirlemektedir. Daha sonra hedeflerine ulaşmadaki fırsatları ve kariyer imkânlarını olumlu-olumsuz yönleriyle değerlendirmekte ve kendisine uygun kariyer olanaklarını belirleyerek kariyer hedefini kesinleştirmektedir. Kariyer planının oluşturulması ve devamında harekete geçilmesiyle aşamalar tamamlanmaktadır. Son aşamada birey artık kariyer planını ne düzeyde gerçekleştirdiğini mevcut duruma göre düşüncelerini değerlendirmektedir (Güldü ve Ersoy Kart, 2017:379).

Kariyer planlamasının sorumluluğu tamamen bireyin kendisindedir. Hedeflerine ulaşmasını sağlayacak olan planların belirlenmesinde kariyer alanlarının ve fırsatlarının değerlendirilmesi güdüleyici etki sağlamaktadır. Örneğin; Fisher ve Griggs (1995:57), kariyer planlama gelişim sürecinde öğrencilerde altı faktörün etkili olduğunu ifade etmektedir. Bunlar;

- Anne ve babanın etkisi,
- Arkadaş ya da yaşlılarının etkisi,
- Öğretmen etkisi,
- Toplumsal cinsiyet faktörüne ilişkin beklentiler,
- Okul akademik başarı beklentisi ve benlik yeterliliği ve
- Olumsuz olaylar (ölüm, alkol ve ilaç bağımlılığı, hastalık vb.)'dır.

Fisher ve Griggs'e (1995:74) göre; yukarıdaki maddelerin olumlu yönleri çoğaldığında ve olumsuz yönlerin etkileri azaldığında birey de başarılı bir kariyer planlaması yapmaktadır (Güldü ve Ersoy Kart,2017:379).

#### **4. KARİYER DEĞERLERİ**

İhtiyaç, değer ve yetenek bileşenlerinden oluşan değer kümeleri birbiri ile ilişkide olan kariyer yapılarında bireyin tercih yapmasını sağlar, kişinin iş tecrübelerini yönetir, dengeler, tamamlar ve kişinin kariyerde seçim yapmasını kolaylaştırır. Bu durum kariyer değeri olarak tanımlanır (Aktaş ve Çetin, 2005:194).

Kariyer değerini oluşturan üç bileşen şunlardır (Öktem Özgür, 2014:30):

- Algılanan yetenek ve beceriler,
- Algılanan güdü ve ihtiyaçlar,
- Algılanan tutum ve değerler.

Kariyer değerinde bu bileşimler önemli bir etkiye sahiptir. Kariyer değerleri; istifa etme, işten çıkarılma ve şehir değiştirme gibi durumlarda bireyin hayati kararlarını etkileyecek bir güce sahiptir (Batur ve Adıgüzel, 2014:41).

Kariyer değerlerinin belirlenme süresinde, aile içerisindeki değer yargıları ve bu değer yargılarının etkileşiminden kazanılan kişisel özellikler dikkat çekmektedir. Bu anlamda, kariyer tercih sürecinde bireyin kişisel özellikleri, duyguları, istekleri, beklentileri, hayal ettikleri ve yetenekleri ön planda olmaktadır. Bu paralelde kariyer seçimini açıklayan modellerden en göze çarpanı Schein'in Kariyer Değerleri veya Kariyer Çapaları modelidir (Kula ve Adıgüzel, 2015:293).

## 5. SCHEIN'IN KARIYER DEĞERLERİ KÜMESİ

Kariyer değerleri kümesinde kişinin aile içerisindeki değer yargıları ve bunlarla etkileşimde oluşan kişilik özellikleri dikkat çekmektedir. Kariyer sürecinde kişinin istek, duygu, düşünce, beklentileri, hayalleri ve becerileri ön planda tutulmaktadır. Kariyer değerleri kümesi; kişinin kariyer seçiminde ona ışık tutan kendini tanımasını ve algılamasını sağlayan ve doğru tercihlerde bulunmasına yardımcı olan davranış türüdür (Kula ve Adıgüzel, 2015:293).

Schein, kariyer dönemi sürecinde örgütsel kültür ve liderlik, örgütsel psikoloji, organizasyon geliştirme, kişisel ve örgütsel değişim, kariyer dinamikleri ve kariyer çapaları konularında çalışma yayınlayan verimli bir araştırmacıdır. Schein; kişinin yetenekleri ile kişinin temel değerlerindeki kariyer ihtiyaçları-sebepleri hakkında araştırmalar yapmıştır. 1970'lerdeki çalışması ile kariyer çapalarını 5 yapı altında toplayan Schein, 1980 yılında daha önceki çalışmalara ek olarak yaptığı araştırmalarda bu boyutlara 3 yapı daha ekleyerek toplamda 8 başlıkta kariyer değerlerini (kariyer çapalarını) açıklamıştır. Schein'in 1970'lerin ortasındaki orijinal araştırmasında beş kariyer çapası aşağıdaki gibidir (en.wikipedia.org, 2020):

- 1) Özerklik/Bağımsızlık,
- 2) Güvenlik/İstikrar,
- 3) Teknik-İşlevsel Yeterlilik,
- 4) Genel Yönetimsel Yeterlilik ve
- 5) Girişimci Yaratıcılık.

Schein, 1980'lerde yapılan takip çalışmaları ile bunlara üç ek yapı daha eklemiştir. Bu ek yapılar (en.wikipedia.org, 2020):

- 6) Bir amaca hizmet veya özveri/kendini adama,
- 7) Saf zorluk ve
- 8) Hayat tarzıdır.

Schein, Kariyer Değerleri Kümesini 3 boyut 8 başlık altında toplayarak aşağıdaki sıralamayla açıklamıştır.

### 5.1. Mesleki Yetenek Boyutu

Schein'in kariyer değerleri kümesinin birinci boyutu olan *Mesleki Yetenek boyutu*; teknik fonksiyonel yetkinlik, genel yönetsel yetkinlik ve girişimcilik-yaratıcılık başlıklarından meydana gelmektedir. *Teknik fonksiyonel yetkinlik*: Kişiler, yaptıkları

işle ilgili teknik becerilerini göstermek ve teknik boyutta gelişerek daha fazla yaptıkları işten zevk almak isterler (Aytaç, 2005:102). *Genel yönetsel yetkinlik*: İdari yetenekleri başta gelerek bireyler yönetici olup yetki kullanmak, yüksek maaş ve terfi olanakları beklentisinde olurlar. *Girişimcilik – Yaratıcılık*: Kişinin yeni bir girişim ile finansal gücü ve başarıyı elde etmesidir. Kendi işinin patronu olmayı ve risk almaktan kaçınmayıp elde ettiği başarılarında isimlerini kullanarak piyasada tanınmayı isterler (Schein, 1990:8)

## 5.2. GÜDÜ VE İHTİYAÇLAR BOYUTU

Schein'in kariyer değerleri kümesinin ikinci boyutu olan GÜDÜ ve İHTİYAÇLAR boyutu; özerklik/otonomi-bağımsızlık, güvenlik-istikrar ve hayat tarzı olarak üç bileşenden oluşmaktadır. *Özerklik/otonomi-bağımsızlık*: İş yaşamlarında örgütsel sınırlandırılmalar ve yasaklar olmayan, mesleklerini özgürce yapacakları işleri isteyen kişilerdir. Kurum ve yöneticilerine bağlı olarak çalışmak istemezler (Kula ve Adıgüzel, 2015:294). *Güvenlik-İstikrar*: Yüksek maaş ve rahat iş ortamı seçeneklerinin önemsiz olduğu bu değerde, bireylere sosyal güvencelerinin sağlanması ve şirketlerin iyi emeklilik şartları sunması bu değer en baskın özelliğidir (Uslu, 2006:39). *Hayat tarzı*: Aile değerlerinin ön planda tutulduğu şirketlerde çalışmak isteyen kişilerde bulunan kariyer değeridir.

## 5.3. DEĞER YARGILARI BOYUTU

Schein'in kariyer değerleri kümesinin üçüncü boyutu olan Değer Yargıları Boyutu ise, kendini adama ve saf meydan okuma olmak üzere iki başlıktan meydana gelmektedir. *Kendini adama*: Bu değer, sosyal sorumluluğu yüksek olan mesleklerde, kâr edinmeyi amaçlamayan kurumlarda çalışmaya istekli olan kişileri yansıtmaktadır. Toplumla faydalı olma, çevreyi koruma ve insanlığa yardım etme vb. düşünceler ağır basmaktadır (Schein, 2006:19). *Saf meydan okuma*: Kariyer değerinde, yarışmacı kişiliğindeki bireylerin rekabet ortamlarında çalışmak istemeleri ve her şeyi ele geçirip her şeyin üstesinden gelerek kariyerini tamamlamayı yansıtmaktadır (Uslu, 2006:43).

## 6. ARAŞTIRMANIN PLANI

### 6.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Kişi kariyer planlamasında, gelecekteki mesleğinin planını, seçeceği meslekle ilgili kararları, yapmak istediği kariyeri göz önünde bulundurarak kendine yön vermelidir. Kişinin yeteneklerine uygun ve severek yapacağı mesleği seçmesi ve iş hayatında kariyerli bir pozisyonda olması yapacağı planla yakından ilgilidir. Meslek seçimiyle ilgili olarak verilen karar insanın yaşamında verebileceği en önemli kararlardan biridir. İnsanlar, yanlış yaptıkları kariyer planlaması ile seçtikleri mesleğin veya yerin olumsuz etkilerinden dolayı yaşadıkları şehri hatta sevdikleri insanları bile hayatlarından çıkarmakta veya değiştirmektedir. Kariyer planlama süreci, kişinin hayatı nasıl yaşayacağını, toplumdaki yerini, örgütteki unvan ve statüsünü, aile ve yakın çevresini, mutluluğunu, motivesini vb. konularda belirleyen bir süreçtir. Schein'in kariyer değerleri kümesindeki ifadeler kişilerin kariyeriyle ilgili kararlarına ışık tutmakta ve kişinin öz benliğinin farkına varmasına yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; Schein'in kariyer değerleri kümesi temelinde İİBF öğrencilerinin kariyer planlamasında muhasebe ve bankacılık-finance mesleklerine yönelik düşünceleri analiz etmek ve hangi faktörlerin bu mesleklere yönelmelerinde daha etkili veya etkisiz olduğunu belirlemektir.

## 6.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İİBF'nde yer alan dokuz (9)<sup>2</sup> bölümde okuyan 2018-2019 Bahar yarıyılında kayıt yaptırmış bütün 1. ve 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bu 9 bölümde 1. sınıfta 495 ve 4. sınıfta 1223 öğrenci olmak üzere toplam 1718 öğrenci bulunmaktadır. Bu sınıfların örnekleme dâhil edilmesindeki amaç bölümlerinin ilk ve son yılında olan öğrencilerin bu alanlara dönük düşüncelerini tespit etmektir. Ayrıca bu anketin, 1. sınıfta olanlar 4. sınıfa geçtiklerinde (2022 yılında) de uygulanması düşünülmekte ve geçen sürede öğrencilerin kariyer planına bakışlarının hangi yönde değiştiği ortaya konmak istenmektedir.

Araştırma evreninin bilindiği durumlarda, seçilecek örneklemin büyüklüğü belirlenirken aşağıdaki formülden yararlanılabilir (Salant ve Dillman, 1994:55):

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot d^2 + t^2 \cdot p \cdot q}$$

Formülde,

N= Evrendeki birey sayısı

n= Örnekleme alınacak birey sayısı

p= İncelenecek olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı)

q= İncelenecek olayın görülmeysi sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı)

t= Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

d= Olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen  $\pm$  sapma olarak simgelenmiştir.

$$n = \frac{1718 \cdot 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{(1718 - 1) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50} = 314$$

Formüle göre, % 95 güven aralığında % 5 hata payı ile örneklem büyüklüğü 314 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada, öğrencilerin derslerinin olduğu saate sınıflara gidilmiş, tesadüfi örnekleme yöntemlerinden biri olan basit tesadüfi örnekleme tekniği uygulanarak o anda derste olanlara anket formları doldurtulmuş ve bunlardan 512 tanesi analize uygun bulunmuştur.

*Burada şu açıklamayı yapmakta fayda vardır: Bu makale, birinci (1.) dipnotta belirtildiği üzere Hesna YILDIRIM tarafından 2019 yılında tamamlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Tez çalışmasında anket üç bölümden oluşmakta ve üçüncü bölümde bu mesleklerin tercih edilmemesinin sebeplerine yönelik ifadeler yer almaktadır. Söz konusu tezin örneklem büyüklüğü ise 1077'dir. Bu öğrencilerin 565'i muhasebe veya*

<sup>2</sup> Araştırma evreninde yer alan bölümler şunlardır: Bankacılık ve Finans, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkiler, Ekonometri, İktisat, İşletme, Kamu Yönetimi, Maliye, Uluslararası Ticaret ve Lojistik, Yönetim Bilişimleri Sistemi.

*bankacılık-finans mesleklerinin herhangi birini tercih etmeyeceklerini<sup>3</sup> belirttiklerinden bu öğrenciler anketin sadece üçüncü bölümünü yani mesleklerin tercih edilmeme sebepleri bölümünü doldurmuşlardır. Bu makalenin örneklemini ise bu mesleklerden herhangi birini tercih edeceğini belirten toplam 512 öğrenci oluşturmaktadır.*

### **6.3. Veri Toplama Aracı ve Kısıtlar**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anket formu oluşturulurken konuyla ilgili literatürden (Akın ve Onat, 2015:305; Uslu, 2006:160; Batur ve Adıgüzel, 2014:118; Akyüz vd., 2018:306-308) uzman görüşünden ve yazarın tez çalışması sırasında edindiği bilgilerden yararlanılmıştır.

Anket formunda, katılımcıların demografik bilgilerini elde etmek için 6 soru; Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi temelinde muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin seçilmesinde etkili olan faktörleri tespit etmek için de 34 ifade yer almaktadır. Bu ifadelere ait katılım düzeylerinin belirlenmesi için 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan her bir ifadeye ait katılım düzeylerini Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4), Kesinlikle Katılıyorum (5) şeklinde belirtmeleri istenmiştir.

Her araştırmada bir takım kısıtlar söz konusudur. Bu araştırmanın en önemli kısıtları ise çalışmanın sadece bir fakültede yürütülmüş olmasından dolayı sonuçların genelleştirilemeyeceği ve daha fazla fakültenin dâhil edilmesinin zaman ve maliyet sıkıntısı oluşturacağıdır.

### **6.4. Araştırmada Kullanılan İstatistiksel Teknikler**

Anket verileri, sosyal bilimlerde kullanımı yaygın olan SPSS 23 istatistiksel paket programında bir veri dosyası oluşturularak analiz edilmiştir. Analiz ve yorumda;

- a) Demografik yapıyla ilgili cevapların frekans (f) ve yüzde (%) değerleri,
- b) İfadelere ait cevapların aritmetik ortalama ( $\bar{x}$ ) ve standart sapma (**ss**) değerleri ve
- c) Anlamlılık analizlerinde ise katılımcıların cinsiyetleri, okudukları bölüm ve sınıf düzeyleri temel alınmıştır.

Yapılan Kolmogorov-Smirnov Testi sonucunda, veriler normal dağılım göstermediği için bağımsız değişkenler açısından ifadelere ait katılım düzeyinde anlamlı farkın olup olmadığı nonparametrik testlerden ikili gruplar için Mann Whitney U testi üç ve daha fazla olan gruplar için ise Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır.

Anketi cevaplayan öğrencilerin konuya ilişkin görüşleri sayısal veriler haline getirilirken verdikleri cevapların puanları da dikkate alınmıştır. 5'li likert ölçeğinde yer alan ifadelere verilen cevapların değerlendirilmesinde Tablo 1'deki aralıklar

---

<sup>3</sup> Esasen bu sonuç da düşündürücüdür. Zira 4 yıllık sürede bu alanlara yönelik çok fazla teorik bilgileri içeren dersleri almalarına rağmen katılımcıların yarıdan fazlası (%52,5) İİBF'nin temel çalışma alanlarını meslek olarak düşünmemektedirler.



kullanılmıştır. Aralıkların eşit olduğu varsayılarak, aritmetik ortalamalar için puan aralıkları belirlenmiştir (Alioğulları, 2012:51).

$$\text{Puan Aralığı} = (\text{En Yüksek Değer} - \text{En Düşük Değer})/5$$

a=4/5 ise a=0,80 bulunur.

**Tablo 1.** Ankette Yer Alan İfadelerin Puan Aralıkları

Nitelik Düzeyi	Puan Aralığı	Değer Aralıkları
Kesinlikle Katılmıyorum	5	1,00-1,79
Katılmıyorum	4	1,80-2,59
Kararsızım	3	2,60-3,39
Katılıyorum	2	3,40-4,19
Kesinlikle Katılıyorum	1	4,20-5,00

İfadelerin güvenilirliğinin istenen değerlerde olup olmadığı Cronbach Alpha İç Tutarlılık Katsayısı ( $\alpha$ ) ile tespit edilmeye çalışılmış bu katsayının ise yaklaşık olarak 0,78 olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, söz konusu 34 ifadenin bir bütün olarak, ölçülmek istenen olguyu ölçmede '*Oldukça Güvenilir*'<sup>4</sup> olduğu şeklinde yorumlanabilir (Kartal ve Bardakçı, 2019:88).

## 6.5. Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında, öncelikle katılımcıları tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Ardından Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi temelinde muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin tercihinde etkili olan faktörler, belirtilen istatistiksel tekniklerle analiz edilmiş ve elde edilen bulgular, tablolar halinde sunularak yorumlanmıştır.

### 6.5.1. Katılımcıların Demografik Yapısına Ait Bulgular

Katılımcıların demografik yapısıyla ilgili bulgular şöyle özetlenebilir:

- Ankete katılan öğrencilerin % 32,8' i erkek ve %67,2'si kadındır.
- Öğrencilerin, %9,8'i İşletme; %13,2'si İktisat; %18'i Maliye; %17'si Bankacılık ve Finans; %8'i Ekonometri; %10,2'si Kamu Yönetimi; %4,9'u Uluslararası Ticaret ve Lojistik; %13,5'i Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkiler ve %5,5'i de Yönetim Bilişimleri Sistemleri öğrencisidir.
- Öğrencilerin, %25,2'si 1.sınıf ve %74,8'i 4.sınıfta okumaktadır.

<sup>4</sup> Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) aşağıdaki gibi değerlendirilir (Kartal ve Bardakçı, 2019:88).

0,00 $\leq$   $\alpha$  < 0,40 Ölçek güvenilir değil.

0,40 $\leq$   $\alpha$  < 0,60 Ölçek düşük güvenilirliktedir.

0,60 $\leq$   $\alpha$  < 0,80 Ölçek oldukça güvenilirdir.

0,80 $\leq$   $\alpha$  < 1,00 Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

- Katılımcıların, %45'inin yakın çevresinde (Anne, baba, kardeş vd. yakın çevre) muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine sahip kişilerin olduğu ve %55'inin yakın çevresinde muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine sahip kişilerin olmadığı saptanmıştır.
- Öğrencilerin, %61,9'u Kamu Sektöründe, %31,6'sı Özel Sektöründe ve %6,4'ü de Serbest olarak çalışmayı düşünmektedirler.
- Öğrencilerin, %10,5'i "Muhasebe" alanını, %26'sı "Bankacılık-Finans" alanını, %63,5'i ise "her iki alan da olabilir" seçeneğini işaretlemişlerdir.

### **6.5.2. Araştırma Amacına Yönelik İfadelere Ait Bulgular**

Kariyer sürecinde kişinin istek, duygu, düşünce, beklentileri, hayalleri ve becerileri ön planda tutulmaktadır. Schein'in kariyer değerleri kümesi; kişinin kariyer seçiminde ona ışık tutan kendini tanımasına ve algılamasına yardımcı olarak doğru tercihlerde bulunmasına destek olan bileşenlerdir.

Schein'in kariyer değerleri kümesi temelinde İİBF öğrencilerinin kariyer planlamasında muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine yönelik düşüncelerinin analiz edildiği bu aşamada, elde edilen bulgular belirtilen istatistiki yöntemlerle analiz edilmiş ve sonuçlar, Schein'in kariyer değerleri kümesinde yer alan 3 boyut ve 8 başlık altında yorumlanmıştır.

#### **6.5.2.1. Mesleki Yetenek Boyutuyla İlgili İfadelere Ait Bulgular**

Schein, kariyer planlamasında kariyer değerlerinin bir boyutu olan mesleki yetenek boyutunu, kişilerin kendi öz benliğindeki mesleki yönetsel yetkinliğini, girişimciliğini ve yaratıcılığını fonksiyonel yetkinlik açısından incelemektedir.

Schein, Mesleki Yetenek boyutunu 3 alt başlık halinde incelemiştir. Anket formunda, Teknik Fonksiyonel Yetkinlik alt başlığıyla ilgili 7; Genel Yönetmel Yetkinlik alt başlığıyla ilgili 3 ve Girişimcilik-Yaratıcılık alt başlığı ile ilgili 3 ifade olmak üzere toplam 13 ifadeye yer verilmiştir.

Schein, Teknik Fonksiyonel Yetkinlikte kişilerin, yaptıkları işte teknik beceri ve uzmanlıklarını göstermek istediklerini, aldıkları eğitimle ilgili iş alanında çalışmayı düşündüklerini, para ve terfiden ziyade işlerinde mutlu-memnun olmayı tercih ettiklerini ifade etmiştir. Katılımcıların *Teknik Fonksiyonel Yetkinlik* ile ilgili ifadelere verdikleri cevapların sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Teknik Fonksiyonel Yetkinlik İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi <sup>5</sup>
3	Bu alanların kariyer imkânlarının geniş olduğunu düşünüyorum.	512	3,75	1,01	Katılıyorum
5	Bu alanların, teknik bilgi ve uzmanlık gerektirmesi tercihimde etkili olmaktadır.	512	3,74	0,85	Katılıyorum
11	Bu alanların sayısal verilerle iç içe olması tercihim olumsuz etkilemez.	512	3,60	1,04	Katılıyorum
8	Özel yeteneklerimi kullanabildiğim alanlar olması bu alanları tercihim etkiler.	512	3,50	1,01	Katılıyorum
21	Herkesin yapamayacağı düşüncesi bu alanları tercihimde etkili olmaktadır.	512	3,34	1,08	Kararsızım
26	Okuduğum bölümde edindiğim bilgiler, bu alanlarda çalışmak için yeterlidir.	512	3,11	1,22	Kararsızım
4	Okuduğum bölümün bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.	512	2,24	1,13	Katılmıyorum
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,32</b>	<b>1,05</b>	<b>Kararsızım</b>

Tablo 2'ye göre, Teknik Fonksiyonel Yetkinlik ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamanın 3,32 ve standart sapmanın 1,52 olduğu görülmektedir. Bu değerler, muhasebe ve bankacılık-finance mesleklerinin teknik bilgi ve uzmanlık gerektiren alanlar olduğu düşüncesine genel katılımın **'Kararsızım'** düzeyinde olduğunu ortaya koymaktadır.

Yine Tablo 2'ye göre, muhasebe ve bankacılık-finance mesleklerinin kariyer imkânlarının geniş olduğuna, bu alanların mesleki zorluklarının olduğuna (özel yetenek gerektiren meslekler olması, sayısal verilerle iç içe olması, teknik bilgi ve uzmanlık) **'Katılıyorum'** düzeyinde katılım olduğu görülmektedir. Katılımcılar, ankette yer alan *'Okuduğum bölümün bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.'* ifadesine **'Katılmıyorum'** düzeyinde katılım göstermektedirler. Ayrıca, *'Herkesin yapamayacağı düşüncesi bu alanları tercihimde etkili olmaktadır'* ve *'Okuduğum bölümde edindiğim bilgiler, bu alanlarda çalışmak için yeterlidir'* ifadelerinin **'Kararsızım'** yönünde desteklendiği görülmektedir.

Elde edilen sonuçlara bakıldığında, katılımcıların tercih edecekleri mesleğe yönelik bölüm okudukları, sahip oldukları özel yeteneklerinin farkında olarak meslek seçtikleri, bekledikleri kariyer olanaklarına bu mesleklerle ulaşacakları söylenebilir.

Schein'a göre; Genel Yönetimsel Yetkinlik alanı, yönetici olarak çalışanları yönetme-yön verme, insanları etkileme, problem çözme, iyi iletişim kurma, yönetimde etkili olmaktır. Katılımcıların *Genel Yönetimsel Yetkinlik* ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların sonuçları Tablo 3'te gösterilmektedir.

<sup>5</sup> Katılım düzeyleri için Tablo 1'e bakınız.

**Tablo 3.** Genel Yönetmel Yetkinlik İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
6	Bu alanların, çalışanları koordine edip yönetmeye uygun olduğunu düşünüyorum.	512	3,85	0,80	Katılıyorum
15	Bu alanların, kişilere/kurumlara fikirlerimle yön verebileceğim alanlar olduğunu düşünüyorum.	512	3,73	0,88	Katılıyorum
30	Bu alanların, tatmin edici bir ücret/maaş vaat ettiğini düşünüyorum.	512	3,46	1,08	Katılıyorum
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,68</b>	<b>0,92</b>	<b>Katılıyorum</b>

Tablo 3'e göre, Genel Yönetmel Yetkinlik ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamasının 3,68 ve standart sapmanın 0,92 olduğu görülmektedir. Bu değerler, Genel Yönetmel Yetkinlik ifadelerine genel katılımın '**Katılıyorum**' düzeyinde olduğunu açıklanmaktadır.

Katılımcılar, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin tatmin edici maddi kazanç sağladığına, yönetimde etkili olmayı gerektiren ve kişinin kendi fikirlerinin önemli olduğuna '**Katılıyorum**' düzeyinde katılım sağlamışlardır. Meslekte yönetici pozisyonunda çalışmayı tercih eden katılımcıların '*Bu alanların, çalışanları koordine edip yönetmeye uygun olduğunu düşünüyorum.*' ifadesine yüksek katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Tablo 3'ün sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların yönetimde etkili olma, problem çözme, insanları etkileme ve yönlendirme, yüksek maaş ve terfi olanakları sunma, yönetici pozisyonunda bulunma özellikleri bu meslekleri tercihlerine olumlu olarak yansımıştır.

Girişimcilik ve Yaratıcılık kariyer değerinde kişiler yaratıcılıkları ile kendilerini ait işlerini kurmak istemektedir. Bireysel finansal güçlerinde başarı elde etmek için küçük paralarla girişimde bulunmayı tercih ederler. Katılımcıların *Girişimcilik-Yaratıcılık* ile ilgili ifadelere verdikleri cevapların sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Girişimcilik-Yaratıcılık İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
24	Bu alanların, ülke ekonomisine daha çok katkı sağlayacağını düşünüyorum.	512	3,85	0,96	Katılıyorum
28	Bu alanların, yeni proje/fikir üretmeye uygun olmaları tercihim olumlu etkiler.	512	3,62	0,93	Katılıyorum
1	Yürütülmesinin zor olduğu düşüncesi bu alanları tercihimde etkili olmaktadır.	512	2,97	1,00	Kararsızım
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,48</b>	<b>0,96</b>	<b>Katılıyorum</b>

Tablo 4'e göre, Girişimcilik-Yaratıcılık ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamanın 3,48 ve standart sapmanın 2,26 olduğu görülmektedir. Bu değerler, Girişimcilik-Yaratıcılık ifadelerine genel katılımın '**Katılıyorum**' düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4'teki sonuca göre, hiçbir ifadenin olumsuz düzeyde değerlendirilmediğinden hareketle, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin girişimciliğe ve yaratıcılığa açık alanlar olduğu söylenebilir. Ayrıca aynı tablodaki sonuçlara bakılarak, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin ülke ekonomisi için katkı sağlayacağı ve yeni fikir/proje için uygun meslek alanları olduğu, bu yöndeki ifadeler verilen '**Katılıyorum**' düzeyindeki cevaplarla açıklanabilir. Katılımcıların muhasebe ve bankacılık-finans meslekleri tercihinde, gelecekte kendi işini kurmayı istemeleri, yetenekleriyle finansal başarıyı sağlamaları ve risk almaktan kaçınmayıp büyük projelerde isimleriyle yer almayı istemeleri konularının önemli olduğu görülmektedir. Girişimcilik-Yaratıcılık alt başlığında yer alan '*Yürütülmesinin zor olduğu düşüncesi bu alanları tercihimde etkili olmaktadır.*' ifadesine katılım düzeyinin '**Kararsızım**' yönünde olduğu görülmektedir.

#### 6.5.2.2. Güdü ve İhtiyaçlar Boyutuyla İlgili İfadelere Ait Bulgular

Schein, Güdü ve İhtiyaçlar başlığında kişilerin; iş yaşamlarında özgür hareket edebilecekleri, örgütsel sınırlandırmaların ve yasakların olmadığı, işten çıkarılma korkusu yaşamadan çalışacakları, rahat iş ortamı sağlayan ve mesai saatlerinin aile -iş - özel hayat döngüsünü dengeleyen meslekleri istediklerini ifade etmektedir.

Schein, Güdü ve İhtiyaçlar boyutunu 3 alt başlık altında incelenmiştir. Anket formunda, Özerklik/Otonomi alt başlığıyla ilgili 5 ifade, Güvenlik ve İstikrar alt başlığıyla ilgili 3 ifade ve Hayat Tarzı alt başlığı ile ilgili 7 ifade olmak üzere toplam 15 ifadeye yer verilmiştir. Ankette yer alan güdü ve ihtiyaçlar kariyer değeri boyutu ile ilgili olan ifadeler ayrı ayrı alt başlıklarda incelenmiş ve tablo halinde açıklanmıştır.

Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık kariyer değerinde kişiler iş yaşantılarında serbest hareket etmek isterler. İşlerinde sınırlandırmalar ve yasaklar olmayan, küçük işletmelerde serbest halde çalışmayı tercih ederler. Katılımcıların *Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık* ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların sonuçları Tablo 5'te gösterilmektedir.

**Tablo 5.** Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
17	Sürekli yasa, yönetmelik vb. uğraşacak olmam bu alanları tercihimi olumsuz etkilemez.	512	3,47	1,05	Katılıyorum
34	Birine bağlı olarak çalışacağım düşüncesi, bu alanlara yönelmemi olumsuz etkiler.	512	2,90	1,15	Kararsızım
18	Mesai saatlerinin esnek olması bu alanları tercihimi olumsuz etkiler.	512	2,69	1,12	Kararsızım

14	Bu alanların, örgütsel sınırlandırma ve yasaklar içerdiğini düşünüyorum.	512	2,57	1,04	Katılmıyorum
10	Bu alanlarda çalıştığında manevi baskı altında kalacağımı düşünüyorum.	512	2,23	1,04	Katılmıyorum
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>2,77</b>	<b>1,08</b>	<b>Kararsızım</b>

Tablo 5'e göre Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamanın 2,77 ve standart sapmanın 1,08 olduğu görülmektedir. Bu değerler, Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık ifadelerine genel katılımın '**Kararsızım**' düzeyinde olduğunu açıklamaktadır.

Muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine yönelik '*Bu alanlarda çalıştığında manevi baskı altında kalacağımı düşünüyorum.*' ve '*Bu alanların, örgütsel sınırlandırma ve yasaklar içerdiğini düşünüyorum.*' ifadelerini '**Katılmıyorum**' düzeyde kabul edildiği ortaya çıkmaktadır. Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık başlığındaki '*mesleklerin sürekli yasa ve yönetmelikle iç içe olması*' ifadesine '**Katılıyorum**' düzeyinde katılım olduğu görülmektedir. Bu bulgu, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerin tercihini olumsuz etkilemediği sonucunu vermektedir. Muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin, esnek mesai saatleri içermesi ve birine bağlı olarak çalışacakları düşüncesine ise katılım '**kararsızım**' düzeyinde gerçekleşmiştir.

Schein, Güvenlik ve İstikrar kariyer değerinde, kişilerin çalıştığı kurumda güvence altında olmak ve sabit maaşla terfi alarak çalışmayı istediklerini ifade etmektedir. Katılımcıların *Güvenlik ve İstikrar* alt başlığı ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

**Tablo 6.** Güvenlik ve İstikrar İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
22	Bu alanların hayati tehlikesinin az olduğunu düşünüyorum.	512	3,81	1,01	Katılıyorum
2	Bu alanların, çalışanlara güvenlik ve istikrar duygusu verdiğini düşünüyorum.	512	3,65	0,86	Katılıyorum
13	Çalışma garantisi konusunda sorunlu olduğumu düşünsem de bu alanları tercih ederim.	512	3,11	1,05	Kararsızım
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,52</b>	<b>0,97</b>	<b>Katılıyorum</b>

Tablo 6'ya göre Güvenlik-İstikrar ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamanın 3,52 ve standart sapmanın 0,97 olduğu görülmektedir. Bu değerler, Güvenlik-İstikrar ifadelerine genel olarak '**Katılıyorum**' düzeyde katılımın olduğunu göstermektedir. Katılımcıların, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin çalışanlarına güvenlik ve istikrar duygusu verdiği, bu alanların hayati tehlikesinin az olması düşüncesine katılım düzeyleri '**Katılıyorum**' yönünde olmuştur. Çalışma garantisinin sorunlu olduğu ifadesine katılımcıların verdikleri cevap '**Kararsızım**' düzeyinde olmuştur.

Schein'in Hayat Tarzı kariyer değeri ifadesinde kişilerin aile değerlerinin ön planda tutulduğu işletmelerde çalışmak istedikleri, kişinin hem yaptığı meslekte mutlu olması hem de ailesinin (çevresinin) mutluluğunu önemseydiği vurgulanmaktadır. Katılımcıların *Hayat Tarzı* ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir.

**Tablo 7.** Hayat Tarzı İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
25	Bu alanlarda çalıştığım, itibar göreceğimi düşünüyorum.	512	3,81	0,98	Katılıyorum
12	Unvan ve statü verdiği için bu alanları tercih etmeyi düşünüyorum.	512	3,74	1,01	Katılıyorum
31	Bu alanların sosyal sorumluluğunun yüksek olduğunu düşünüyorum.	512	3,72	0,93	Katılıyorum
27	Bu alanlarda çalışan/çalışmış olan yakın çevrem bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.	512	3,29	1,25	Kararsızım
9	Bu alanlardaki bazı uygulamaların dünya görüşüme aykırı olması tercihim olumsuz etkilemez.	512	3,03	1,05	Kararsızım
19	Mesleki etik kurallarının ihlal edildiği yönündeki ifadeler/gelişmeler, bu alanları tercihim olumsuz etkilemez.	512	2,95	1,129	Kararsızım
16	Bu alanların stresli olduğu düşüncesi tercihim olumsuz etkiler.	512	2,79	1,108	Kararsızım
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,33</b>	<b>1,06</b>	<b>Kararsızım</b>

Tablo 7'ye göre Hayat Tarzı ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamanın 3,33 ve standart sapmanın 1,06 olduğu görülmektedir. Bu değerler, Hayat Tarzı ifadelerine görüşlerin genel katılımının '**Kararsızım**' düzeyinde olduğunu göstermektedir.

Muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin stresli olduğu düşüncesi, bu alanların dünya görüşüne aykırı olması ve mesleki etik kurallarının ihlali gibi olumsuz ifadelerin katılım düzeyleri '**Kararsızım**' düzeyinde olmuştur. Ayrıca, ankete katılan katılımcıların '*Bu alanlarda çalışan/çalışmış olan yakın çevrem bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.*' ifadesine verdikleri '**Kararsızım**' düzeyinin 'katılıyorum' düzeyine yakın olması bakımından muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinde çalışan/çalışmış olan yakın çevrenin mesleklere yönelimde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılar, bu alanların sosyal sorumluluğunun yüksek olması, mesleklerin itibar sağlayacağı ve unvan-statü vereceği ifadelerine '**Katılıyorum**' düzeyinde katılım göstermektedir.

Hayat Tarzı ifadelerinin sonucuna göre, katılımcıların yüksek oranı çalıştığı meslekte itibar görmek istemektedir. Muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerini tercih etmeye yönelik katılımcıların düşüncelerinde, mesleklerin unvan ve statü vermesi ve bu alanlarda sosyal sorumluluğun yüksek olması mesleklere yönelik katılımcıların düşüncelerinde olumlu etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Güdü ve İhtiyaçlar boyutunda katılımcılar genel olarak, güvene ve istikrara ihtiyaç duyduklarını, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerini tercih ettikleri durumda manevi baskı altında kalmayacaklarını, bu mesleklerin örgütsel sınırlandırmalar ve yasaklar içermesi tercihlerini olumsuz etkilemeyeceğini, bu mesleklerin sosyal sorumluluğunun yüksek olduğu için tercih edilebileceğini ifade etmişlerdir. Muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinde çalışan/çalışmış olan yakın çevre varlığının ankette 3,29 kararsızım düzeyinde ifade edilmesi bu mesleklerin tercihi açısından olumlu düşünülmektedir.

### 6.5.2.3. Değer Yargıları Boyutuyla İlgili İfadelere Ait Bulgular

Schein; Değer Yargıları boyutunda kişilerin sosyal değerlere önem verdiğini, insanlara hizmet edip yardımcı olmayı ve sosyal sorumluluğu yüksek, kâr edinmeyi amaçlayan kurumlarda çalışmayı istediklerini vurgulamıştır. Kişilerin; başkalarına yardım etmeleri ve başarıya adanmışlık tavırları, kendilerini sorumlu tutarak sorunların çözümünde zaman ve çaba harcadıkları görülmüştür. Ayrıca; zor engelleri aşmak, çözülemeyen sorunları alt etmek, her şeyin üstesinden gelerek başarıya ulaşmak da bu başlık açıklanmıştır.

Schein, *Değer Yargıları* adını verdiği boyutu 2 alt başlık halinde incelenmiştir. Anket formunda, Kendini Adama alt başlığı ile ilgili 3 ifade, Saf Meydan Okuma alt başlığıyla ilgili 3 ifade olmak üzere toplam 6 ifadeye yer verilmiştir. Ankette yer alan Değer Yargıları boyutu ile ilgili olan ifadeler ayrı ayrı alt başlıklarda incelenmiş ve tablo halinde açıklanmıştır. Schein, Kendini Adama değerini yansıtan özelliklerin, başkalarına yardım ve başarıya adanmışlık olduğunu ifade etmiştir. Kendini Adama, adil ücret ve eşit faydanın yüksek ücretten daha önemli olduğu, sosyal sorumlulukla kişilerin çözüm odaklı zaman ve çaba harcadığı kariyer değeridir. Katılımcıların *Kendini Adama* ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların sonuçları Tablo 8'de gösterilmektedir.

**Tablo 8.** Kendini Adama İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
7	Bu alanlarda yapacağım işlerle insanlara yardımcı olacağımı düşünüyorum.	512	4,12	0,78	Katılıyorum
32	Bu alanlarda yapacağım işlerle topluma faydalı olacağımı düşünüyorum.	512	3,88	0,88	Katılıyorum
29	Bu alanlardaki çalışmalarımın sosyal hayata yönelik sorunlara çözüm olacağını düşünüyorum.	512	3,46	1,00	Katılıyorum
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,82</b>	<b>0,88</b>	<b>Katılıyorum</b>



Tablo 8'e göre Kendini Adama ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamasının 3,82 ve standart sapmanın 0,88 olduğu görülmektedir. Bu değerler, katılımcıların muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinin tercihine yönelik Kendini Adama perspektifindeki ifadelerine genel katılımının '**Katılıyorum**' düzeyinde olduğunu göstermektedir.

Katılımcılar, muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerinde yapacakları işlerle insanlara faydalı olacaklarını, çalışmalarını ile sosyal hayata yönelik sorunlara çözüm olacaklarını ve topluma faydalı işler ortaya koyacaklarını '**Katılıyorum**' düzeyinde katılım ile ifade etmektedirler. Katılımcılar, '*Bu alanlarda yapacağım işlerle insanlara yardımcı olacağımı düşünüyorum.*' ifadesine en yüksek katılım göstermişlerdir.

Schein, Saf Meydan Okuma kariyer değerine sahip bireyleri yarışmacı kişiliğinde açıklamaktadır. Schein, bireylerin rekabet ortamında çalışmak istemelerini, işlerinde zor sorunlarla baş edebilmelerini, başarılı oldukça daha zor işlere yöneldiklerini ve kazanmaktan hoşlandıklarını ifade etmektedir.

Ankette Schein'in *Saf Meydan Okuma* alt başlığı ile ilgili üç ifade yer almaktadır. Katılımcıların *Saf Meydan Okuma* ile ilgili ifadelerine verdikleri cevapların sonuçları Tablo 9'da gösterilmektedir.

**Tablo 9.** Saf Meydan Okuma İfadelerinin İstatistiksel Sonuçları

Md. No	İfade	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
23	Çoğunlukla masa başı faaliyetler içerse de bu alanları tercih ederim.	512	3,82	0,99	Katılıyorum
33	Bu alanların, sürekli değişim istemeleri tercihim etkilemez.	512	3,32	1,01	Kararsızım
20	Bu alanların, tekdüze (monoton) faaliyetler içermediğini düşünüyorum.	512	3,26	1,09	Kararsızım
<b>Genel</b>		<b>512</b>	<b>3,46</b>	<b>1,03</b>	<b>Katılıyorum</b>

Tablo 9'a göre Saf Meydan Okuma ifadelerine genel olarak bakıldığında aritmetik ortalamasının 3,46 ve standart sapmanın 1,03 olduğu görülmektedir. Bu değerler, katılımcıların Saf Meydan Okuma ifadelerine genel katılımının '**Katılıyorum**' düzeyinde olduğunu göstermektedir.

Katılımcılar muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerine yönelik düşüncelerinde bu mesleklerin '*Çoğunlukla masa başı faaliyetler içerse de bu alanları tercih ederim.*' ifadesine yüksek oranda katılım sağlamışlardır. Anket formundaki '*bu mesleklerin monoton faaliyetler içermeleri ve sürekli değişim istemeleri*' ifadelerine katılımcıların '**Kararsızım**' düzeyinde cevap vermeleri meslek tercihlerini olumsuz düzeyde etkilememektedir. Katılımcıların ankette yer alan Saf Meydan Okuma alt başlığına ait ifadelerine genel olarak '**Katılıyorum**' düzeyinde katılımında buldukları görülmektedir.

Schein, kariyer değerleri kümesini üç boyut ve sekiz alt başlık olarak incelemektedir. Katılımcıların anketin ikinci bölümünde cevapladıkları, Schein'in Kariyer Değerleri Kümesine ait ifadelere 3 boyut açısından katılım düzeyleri özetini Tablo 10'da yer almaktadır.

**Tablo 10.** Anketteki İfadelerin Genel İstatistikî Sonuçları

Boyut Adı	İfade Sayısı	n	$\bar{x}$	ss	Katılım Düzeyi
Mesleki Yetenek	13	512	3,49	3,53	Katılıyorum
Güdü ve İhtiyaçlar	15	512	3,20	1,03	Kararsızım
Değer Yargıları	6	512	3,64	0,95	Katılıyorum
<b>Genel</b>	<b>34</b>	<b>512</b>	<b>3,44</b>	<b>1,83</b>	<b>Katılıyorum</b>

Tablo 10'a göre katılımcıların Muhasebe ve Bankacılık-Finans meslekleri tercihine yönelik düşüncelerinde mesleki yetenek ve değer yargıları boyutlarında yüksek katılım düzeyi gözlemlenmiştir.

Katılımcıların, bu mesleklere yönelik ifadelerinin sonucunda; aile ve toplumsal değerlere önem verdiklerini, ülke ekonomisine ve sosyal topluma olumlu katkı sağlayacaklarını, okudukları bölümden elde ettikleri bilgilerin yeterliliği, kendi beceri ve uzmanlık alanlarına göre meslek tercih etmeyi, bu alanların yürütülmesinin zor olmadığını ve mesleklerin unvan-statü verdiği düşüncesiyle mesleklere yönelebilecekleri açıklanmaktadır.

Çalışma hayatındaki mesleki etik kurallarının ihlali konusu, mesai saatlerinin esnek olması, masa başı işler olması, yasa-yönetmelik vb. ağırlıklı alanlar olması katılımcıların meslek tercihine yönelik düşüncelerinde kararsız kaldıkları sonucunu ortaya çıkarmıştır.

## 6.6. FARK TESTLERİ

Katılımcıların ifadelere ait katılım düzeylerinde bazı bağımsız değişkenler açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Bunun için daha önce de ifade edildiği üzere veriler normal dağılım göstermediği için nonparametrik testlerden ikili gruplar için Mann Whitney U testi üç ve daha fazla olan gruplar için ise Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda, öğrencilerin muhasebe ve bankacılık-finans mesleklerini tercih etmelerinde Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi boyutları açısından oluşturulan ifadelerdeki katılım düzeyi, cinsiyet ve okunan bölüm açısından anlamlı farklılığın ortaya çıktığı ifadeler tespit edilmiştir. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

### 1. Sınıf Düzeyine göre

Bu bağımsız değişken açısından ifadelerdeki katılım düzeylerinde farklılık olup olmadığını tespit için yapılan Mann-Whitney U Testinin sonuçları Tablo 11'de yer almaktadır.

**Tablo 11.** Sınıf Düzeylerine Göre Mann-Whitney U Testi Sonuçları

İfadeler	Sınıf	N	Mean Rank	Mann Whitn. U	Z	p
Özel yeteneklerimi kullanabildiğim alanlar olması bu alanları tercihimi etkiler.	1. Snf	129	278,57	21856,5	-2,012	0,044
	4. Snf	383	249,07			
Mesleki etik kurallarının ihlal edildiği yönündeki ifadeler/gelişmeler, bu alanları tercihimi olumsuz etkilemez.	1. Snf	129	286,69	20809,5	-2,768	0,006
	4. Snf	383	246,33			

Tablo 11’den hareketle katılımcıların sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılığın olduğu 2 ifadenin boyutlara dağılımı aşağıdadır.

a. Mesleki Yetenek Boyutundaki;

- Teknik Fonksiyonel Yetkinlik alt başlığına ait ‘*Özel yeteneklerimi kullanabildiğim alanlar olması bu alanları tercihimi etkiler.*’ ifadesine 1.sınıfta okuyan katılımcıların 4.sınıfta okuyan katılımcılara göre fazla katılım gösterdikleri saptanmıştır.

b. Güdü ve İhtiyaçlar Boyutundaki;

- Hayat Tarzı alt başlığına ait ‘*Mesleki etik kurallarının ihlal edildiği yönündeki ifadeler/gelişmeler, bu alanları tercihimi olumsuz etkilemez.*’ ifadesine 1.sınıftaki katılımcıların 4.sınıftaki katılımcılara göre fazla katılım gösterdikleri saptanmıştır.

c. Değer Yargıları Boyutundaki ifadelerde katılımcıların sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılığın olmadığı yapılan test ile görülmüştür.

2. Cinsiyete göre

Bu bağımsız değişken açısından ifadelere ait katılım düzeylerinde farklılık olup olmadığını tespit için yapılan Mann-Whitney U Testinin sonuçları Tablo 12’de yer almaktadır.

**Tablo 12.** Cinsiyete Göre Mann-Whitney U Testi Sonuçları

İfadeler	Cnsyet	N	Mean Rank	Mann Whitn. U	Z	p
Yürütülmesinin zor olduğu düşüncesi bu alanları tercihimde etkili olmaktadır.	Erkek	167	289,69	23264,5	-3,693	0,000
	Kadın	345	240,43			
Bu alanlarda çalışan/çalışmış olan yakın çevremdekilerin bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.	Erkek	167	233,29	24932,0	-2,518	0,010
	Kadın	345	267,73			
	Erkek	167	277,80	25250,5	-2,414	0,016

Bu alanlardaki çalışmalarımın sosyal hayata yönelik sorunlara çözüm olacağını düşünüyorum.	<b>Kadın</b>	345	246,19			
Bu alanlarda yapacağım işlerle topluma faydalı olacağımı düşünüyorum.	<b>Erkek</b>	167	236,32	25438,0	-2,333	<b>0,020</b>
	<b>Kadın</b>	345	266,27			
Bu alanların, sürekli değişim istemeleri tercihim etkilemez.	<b>Erkek</b>	167	276,92	25397,5	-2,276	<b>0,023</b>
	<b>Kadın</b>	345	246,92			
Birine bağlı olarak çalışacağım düşüncesi, bu alanlara yönelmemi olumsuz etkiler.	<b>Erkek</b>	167	280,15	24858,0	-2,595	<b>0,009</b>
	<b>Kadın</b>	345	245,05			

Tablo 12'den hareketle katılımcıların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılığın olduğu 6 ifadenin boyutlara dağılımı aşağıdadır.

**a. Mesleki Yetenek Boyutundaki;**

- Girişimcilik-Yaratıcılık alt başlığında yer alan '*Yürütülmesinin zor olduğu düşüncesi bu alanları tercihimde etkili olmaktadır.*' ifadesine erkeklerin kadınlara göre daha fazla katılım gösterdikleri saptanmıştır.

**b. Günü ve İhtiyaçlar Boyutundaki;**

- Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık alt başlığında yer alan '*Birine bağlı olarak çalışacağım düşüncesi, bu alanlara yönelmemi olumsuz etkiler.*' ifadesine kadınların erkeklere göre daha fazla oranda kabul ettikleri anlamlılık düzeylerinde farklılıkla görülmüştür.
- Hayat Tarzı alt başlığına ait '*Bu alanlarda çalışan/çalışmış olan yakın çevremdekilerin bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.*' ifadesine kadınların erkeklere göre daha fazla katılım gösterdikleri görülmüştür.

**c. Değer Yargıları Boyutundaki;**

- Kendini Adama alt başlığına ait '*Bu alanlardaki çalışmalarımın sosyal hayata yönelik sorunlara çözüm olacağını düşünüyorum.*' ifadesine erkeklerin kadınlara göre daha fazla katılım gösterdikleri saptanmıştır.
- Kendini Adama alt başlığına ait '*Bu alanlarda yapacağım işlerle topluma faydalı olacağımı düşünüyorum.*' ifadesine kadınların erkeklere göre daha fazla katılım gösterdikleri saptanmıştır.
- Saf Meydan okuma alt başlığına ait '*Bu alanların, sürekli değişim istemeleri tercihim etkilemez.*' ifadesine erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha fazla katılım gösterdikleri tespit edilmiştir.

**3. Okunan Bölüme göre**

Bu bağımsız değişken açısından ifadelerle ait katılım düzeylerinde farklılık olup olmadığını tespit için Kruskal-Wallis H Testi yapılmış ve 8 ifadede anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Bu sekiz ifadenin yer aldığı tabloyu buraya yansıtmak çok alan

kaplayacağından örnek olması bakımından anlamlı farklılığın olduğu ifadelerden sadece birine yönelik istatistiki sonuç tablo 13'te verilmiştir.

**Tablo 13.** “Okuduğum Bölümün Bu Alanlara Yönelmemde Etkisi Yoktur” İfadesine Ait Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

İfadeler	Bölümler	N	Mean Rank	Ki-kare	df	p
Okuduğum bölümün bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.	İşletme	50	221,91	29,423	8	<b>0,000</b>
	İktisat	69	231,93			
	Maliye	92	238,43			
	Bankacılık	87	226,14			
	Ekonometri	41	301,66			
	Kamu Yön.	52	300,32			
	UTL	24	333,71			
	ÇEKO	69	279,23			
	YBS	28	262,82			

Katılımcıların, okunan bölümlere göre anlamlı farklılığın olduğu 8 ifadenin boyutlara dağılımı aşağıdadır.

**a. Mesleki Yetenek Boyutundaki;**

- Teknik Fonksiyonel Yetkinlik alt başlığına ait ‘Okuduğum bölümün bu alanlara yönelmemde etkisi yoktur.’, ‘Özel yeteneklerimi kullanabildiğim alanlar olması bu alanları tercihimi etkiler.’, ‘Bu alanların sayısal verilerle iç içe olması tercihimi olumsuz etkilemez.’,
- Genel Yönetmelik yetkinlik alt başlığına ait ‘Bu alanların, çalışanları koordine edip yönetmeye uygun olduğunu düşünüyorum.’, ‘Bu alanların, kişilere/kurumlara fikirlerimle yön verebileceğim alanlar olduğunu düşünüyorum.’, ‘Bu alanların, tatmin edici bir ücret/maaş vaat ettiğini düşünüyorum.’,
- Girişimcilik-Yaratıcılık alt başlığına ait ‘Bu alanların, ülke ekonomisine daha çok katkı sağlayacağını düşünüyorum.’, ‘Bu alanların, yeni proje/fikir üretmeye uygun olmaları tercihimi olumlu etkiler.’

**b. Günü ve İhtiyaçlar Boyutundaki İfadelerde katılımcıların bölümlere göre anlamlı farklılığın olmadığı yapılan test ile görülmüştür.**

**c. Değer Yargıları Boyutundaki ifadelerde katılımcıların bölümlere göre anlamlı farklılığın olmadığı yapılan test ile görülmüştür.**

## 7. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kariyerin, kişinin toplumdaki statüsüne, yaşam tarzına ve kimliğinin oluşmasına zemin hazırladığı söylenebilir. Kişi, yapacağı kariyer planlaması ile geleceğine yön vermede, beklentilerini karşılamada ve ihtiyaçlarını gidermede başarılı olmayı istemektedir. Kariyer planı ise statik olmayıp dinamik bir görünüm arz etmektedir. Hayatın her döneminde farklı pozisyonlar temelinde kariyer planı

değişiklik göstermektedir. Kariyer planlamasında, yetenek, yetkinlik ve becerilerine uygun; güdü ve ihtiyaçlarını karşılayan; değerlerine önem veren bir mesleği tercih etmesi kişinin yaşamını da kolaylaştırmaktadır.

Bu araştırmada, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde okuyan öğrencilerin kariyer planlamalarında Schein'in kariyer değerleri kümesi temelinde muhasebe ve bankacılık-finance mesleklerine daha çok hangi sebeplerden dolayı yer verdiklerini belirlemek amaçlanmıştır.

Schein'in kariyer değerleri kümesi 3 boyut ve 8 alt başlıktan oluşmaktadır. Araştırma ile bu üç boyut açısından oluşan ifadelerle ait verilen cevaplardan hareketle İİBF öğrencilerinin bahse konu meslekleri tercih etmelerinde öne çıkan sebepler belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre her bir boyutlar açısından tercihte öne çıkan faktörler şöyle sıralanabilir.

**Mesleki Yetenek** boyutuna göre;

- Kariyer imkânlarının geniş olması,
- Teknik bilgi ve uzmanlık gerektirmesi,
- Özel yetenekler kullanılabilmesi,
- Sayısal verilerle iç içe olması,
- Çalışanları koordine edip yönetmeye uygun olması,
- Kişilere/kurumlara fikir ile yön verebilecek alanlar olması,
- Tatmin edici bir ücret/maaş vaat etmesi,
- Ülke ekonomisine daha çok katkı sağlaması ve
- Yeni proje/fikir üretmeye açık olması.

**Güdü ve İhtiyaçlar** boyutuna göre;

- Sürekli yasa, yönetmelik vb. uğraşılmasının önemli olmadığı
- Çalışanlara güvenlik ve istikrar duygusu vermesi,
- Hayati tehlikesinin az olması,
- Unvan ve statü vermesi,
- Çalışıldığında itibar görülmesi ve
- Sosyal sorumluluğunun yüksek olması.

**Değer Yargıları** boyutuna göre;

- İnsanlara yardımda bulunulması,
- Sosyal hayatla ilgili problemlere çözüm olması,
- Topluma faydalı olunması ve
- Masa başı faaliyetler içermesinin önemsizliğidir.

Schein'in kariyer değerleri kümesi bir bütün olarak ele alındığında İİBF öğrencilerinin bu meslekleri etmelerinde öne çıkan sebepler şöyle sıralanabilir<sup>6</sup>:

---

<sup>6</sup> Ankette yer alan 34 ifade içinde aritmetik ortalaması ( $\bar{x}$ ) 3,70 ve üstü olanlardan ilk 10'a girenler sıralamaya alınmıştır.

- Kariyer imkânlarının geniş olması,
- Teknik bilgi ve uzmanlık gerektirmesi,
- Çalışanları koordine edip yönetmeye uygun olması,
- Kişilere/kurumlara fikir ile yön verebilecek alanlar olması,
- Hayati tehlikesinin az olması,
- Unvan ve statü vermesi,
- Sosyal sorumluluğun yüksek olması.
- İnsanlara yardımda bulunulması,
- Topluma faydalı olunması ve
- Masa başı faaliyetler içermesinin önemsiz olmasıdır.

Katılımcılar, bir bütün olarak ifadelere 'Katılıyorum' düzeyinde (Tablo 10) katılım göstermişlerdir. Buradan hareketle;

- Bu meslekleri tercih edeceklerini bildirenlerin kariyer planlamasında, Schein'in Kariyer Değerleri Kümesi boyutlarına genel olarak uygun hareket ettikleri ve
- Bu meslekleri icra ettiklerinde hem mesleki yetenek, hem güdü ve ihtiyaçlar hem de değer yargıları açısından tatmin olmayı düşündükleri söylenebilir.

Ayrıca katılımcılar, bu mesleklerin tercihini olumsuz etkileyebileceği düşünülen ifadeleri destekleyen cevaplar/görüşler bildirmemişlerdir (Tablo 5).

Bulgular bir bütün halinde değerlendirildiğinde öğrencilerin kariyer planı yapma, meslek tercihinde bulunma yani geleceklerini tasarlamada net, duru bir düşünceye sahip oldukları söylenemez. 4 yıllık eğitim sürecinde ne olmak istediklerini tam olarak planlamış ve bilinçli kişilerin meslek hayatına atılmaları, istemedikleri mesleklerde çalışmak zorunda kalmamaları adına önemlidir.

Kariyer değerleri kümesinin 8 alt başlığına ait görüşlerin aritmetik ortalaması, hem Adıgüzel'in (2009) çalışmasında (3,82 ile 4,42) hem de Koca'nın (2010) çalışmasında (3,81 ile 4,41) bu çalışmadan (2,77 ile 3,82) daha yüksek çıkmıştır. Her iki çalışma fakülte öğrencileri üzerinde yürütülmüş olup yaklaşık 10 yıl öncesine aittir. Yıllar geçtikçe fakülte öğrencilerinde kariyer planlama, hedef belirleme sorununun arttığı söylenebilir. 2015 yılında devlet ve vakıf üniversitelerine bağlı MYO'larda okuyan öğrencilerin kariyer değerlerine bakışlarının karşılaştırdığı çalışmada (Başol vd., 2015:67) da aritmetik ortalamalar yüksek (her iki kurum açısından ortalama 4,15 civarı) çıkmıştır. Bu sonuca, MYO öğrencilerinin doğrudan meslek edinme niyetiyle buralara yöneliyor olmalarının rol oynadığı düşünülebilir.

MEB'in liselerdeki müfredat değişikliği (2020-2021 Eğitim-Öğretim Yılı) ile okullarda açılması planlanan kariyer ofisleri, öğrencilerin geleceğinin daha yerinde ve isabetli olarak planlanmasına zemin hazırlayacaktır (aa.com.tr, 18.05.2019). Böylece öğrenciler, planlamanın temel aşamaları olan "neredeyim?", "nereye gideceğim?" ve "nasıl gideceğim?" sorularına cevap bulacak ve başarılı bir kariyer planı gerçekleştirmiş olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Acar, Raşit ve Özdaşlı, Kürşat (2017), "**Bireysel Kariyer Planlama Yapmanın Öğrenci Başarısı Üzerindeki Etkisi: SBMYO Öğrenci Üzerine Bir Araştırma**", Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt:9 Sayı:21, Burdur.
- Adıgüzel, Orhan (2009), "**Shein'in Kariyer Çapaları Perspektifinde Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Kariyer Değerlerine İlişkin Bir Araştırma**", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:14, Sayı:2, s.277-292. (<https://arastirmax.com/tr>, 15.05.2020).
- Akın, Osman ve Onat, Osman, Kürşat (2015), "**Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler: Demografik Farklılaşmalar Üzerine Bir Araştırma**", Uluslar Arası Ekonomik ve İdari Araştırmalar Dergisi, Cilt:8, Sayı:15, s.310-311.
- Aktaş, Hakkı ve Çetin, Canan (2005), "**Hava Harp Okulu Endüstri Mühendisliği İle Marmara Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Kariyer Değerlerinin Karşılaştırılması**", XII. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi içinde (s.194), Golden Print Ofset Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul.
- Akyüz, Fatma, Yeşil, Tolga ve Ay, Fırat (2018), "**Muhasebe Mesleği Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesi: Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bölümler Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama**", Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, Özel Sayı, s.298-327
- Alioğulları, Zişan Duygu (2012), "**Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki-Bir Uygulama**", Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Aytaç, Serpil (2005), "**Çalışma Yaşamında Kariyer Yönetimi Planlaması Gelişimi ve Sorunları**", Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Başol, Oğuz, Duyan, Emin Cihan ve Etcı, Hilmi (2015), "**Vakıf ve Devlet Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Kariyer Değerlerinin Karşılaştırılması**", Electronic Journal of Vocational Colleges, Mayıs, s.62-71 (<http://acikerisim.kirklareli.edu.tr>), Erişim tarihi: 15.05.2020.
- Batur, Hikmet Zeynep ve Adıgüzel, Orhan (2014), "**Schein'in Kariyer Değerleri Perspektifinde Öğrencilerin Kariyer Tercihlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Isparta İli Fen Lisesi Öğrencileri Örneği**", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:42, Haziran, ss.41
- Çarıkcı, İlker Hüseyin ve Erdoğan Morçin, Sine (2014), "**Önlisans Turizm Öğrencilerinin Kariyer Değerleri: Sarıkamış Örneği**", Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR), Cilt:2, Sayı:2, s.67-81.
- Decenzo, David and Robbins, Stephen (2007), "**Fundamentals of Human Resource Management**", John Willey & Sons, Inc., United States of America.
- Güldü, Özgür ve Ersoy Kart, Müge (2017), "**Kariyer Planlama Sürecinde Kariyer Engelleri ve Kariyer Geleceği Algılarının Rolü**", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt:72, No:2, s.377-400.
- Fisher, Teresa and Mildred, Griggs. (1995), "**Factors That Influence the Career Development of African-American and Latino Youth**", The Journal of Vocational Education Research, Cilt:20, No:2, (çev. Özgür Güldü ve Müge Ersoy Kart) s.57-74.



- Jaffe, Daniel and Scott, Morton (1991), **Career Development for Empowerment in a Changing Work World**. In Kummerow, J. M. (Ed.), New Directions in Career Planning, Palo Alto, CPP Books, (çev. Özgür Güldü ve Müge Ersoy Kart ), s.33-59, California.
- Kartal, Mahmut ve Bardakçı, Sait (2019). **Tutum Ölçekleri**, Akademisyen Yayınevi, Ankara.
- Koca, Ayşe İpek, (2010), “**Kariyer Seçiminde Kariyer Değerleri İle Demografik Faktör İlişkisi: Çukurova Üniversitesi’nde Bir Araştırma**”, Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:14, Sayı:1, s.56-70.
- Kula, Ömer ve Adıgüzel, Orhan (2015), “**Lisansüstü Öğrencilerinin Kariyer Planlamalarına Etki Eden Faktörler: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 292, Cilt:20, Sayı:1, s.291-315.
- Müftüoğlu, Yedigâr Vasfi ve Erol, İlknur (2013), “**Kariyer Kavramı ve Maden Mühendisleri İçin Kariyer Seçenekleri**”, Madencilik, , Cilt: 52, Sayı:4, s.37-43.
- Öktem Özgür, Ayşenur (2014), **Kariyer Değerleri ve Algılanan İstihdam Edilebilirlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, YL Tezi, ss.30, İzmir.
- Öner, Mehmet (2001), **Bireysel Kariyer Planlaması**, Kariyer Yayıncılık, Ankara.
- Özdemir, Yasemin ve Mazgal, Sercan (2012), “**Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği**”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Haziran, ss.87-102.
- Salant, P. and Dillman, D. A. (1994), **How to Conduct Your Own Survey**, John Wiley & Sons, Inc. Newyork.
- Schein, Edgar Henry (1990), **Career Anchors (discovering your real values)**, ss.8-10, San Francisco.
- Schein, Edgar Henry (2006), **Career Anchors, Self-Assessment**, USA, John Wiley & Sons, Inc, ss.16
- Taşlıyan, Mustafa, Arı, Nazmiye Ülkü ve Duzman, Burak (2011), “**İnsan Kaynakları Yönetiminde Kariyer Planlama ve Kariyer Yönetimi: İİBF Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması**”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, (Erişim tarihi: www.sobiad.org 15.02.2019)
- TDK (2018), **Genel Türkçe Sözlük**.
- Uslu, Mustafa (2006), **Sınıf Öğretmenlerinin Kariyer Değerlerinin Belirlenmesi (Sarıyer İlçesi Örneği)**, Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Ana Bilim Dalı, Adana.
- www.aa.com.tr/tr/egitim/mebin-liselere-yeni-egitim-modeli, (Erişim tarihi: 18.05.2019)
- www.en.wikipedia.org (Erişim tarihi: 21.03.2020)

---

## KURUMSAL BANKA MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARINA YÖNELİK ALGILARI ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI<sup>1</sup>

### **Aydın GÜRBÜZ**

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
E-posta: aydingurbuz46@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-2428-2327

### **Nur Esra BEKEREÇİ**

Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
E-posta: bekereciesra@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-4625-5132

### **Yücel AYRIÇAY**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi, İşletme Bölümü  
E-posta: yucelayricay@ksu.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-5148-391X

---

### **Öz**

Katılım bankaları finansal sistemdeki payını gün geçtikçe artırmaktadır. Türkiye’de kamu sermayeli bankaların katılım bankacılığı sektörüne giriş yapmasıyla, bankacılık sistemdeki paylarının 2025 yılı itibariyle %15’ler seviyesine çıkartılması öngörülmektedir. Böyle bir hedefin tutturulması için katılım bankalarının müşterilerle ilişkilerini daha etkin ve verimli biçimde sürdürmeleri zorunludur. Bu açıdan, bireysel müşteriler kadar, kurumsal müşterilerin katılım bankalarına yönelik görüş ve algıları önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odasına (KMSTO) bağlı 58 büyük ölçekli firmanın katılım bankalarına yönelik algılarının anket yöntemiyle araştırılmasıdır. Faktör analiziyle sonuçların geçerli ve güvenilir bir ölçek yapısına sahip olduğu tespit edilen çalışmada, firmaların katılım bankalarına yönelik algı düzeylerinin belirlenmesi amacıyla t-Testi ve ANOVA testleri uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, firmaların demografik özellikleri ile hizmet boyutu, din boyutu, finans boyutu ve tanınma boyutları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır. Ankete katılan firmaların katılım bankası tercihlerinde en önemli kriterlerin sırasıyla, hizmet ve finans boyutları olduğu bulgulanırken, bu kriterlerin ardından din ve tanınma boyutları gelmektedir.

---

<sup>1</sup> Bu çalışma 6. Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Kongresi’nde (ICAFR’19) sözlü olarak sunulmuştur.

**Anahtar Kelime:** İslami Bankacılık, Katılım Bankaları, Kurumsal Müşteri Algısı, Faktör Analizi.

## **A FIELD STUDY on THE PERCEPTIONS of CORPORATE BANK CUSTOMERS ABOUT PARTICIPATION BANKS**

### **Abstract**

Participation banks are increasing their share in the financial system day by day. With state-owned banks to be logged in participation banking sector in Turkey, their share of the banking system is expected to be increased to 15% from 2025 levels. In order to achieve such a goal, participation banks should maintain their relations with customers more effectively and efficiently. In this respect, as well as individual customers, corporate customers' views and perceptions towards participation banks are important. The aim of this study is to investigate the perceptions of 58 large-scale firms of the Kahramanmaraş Chamber of Industry and Commerce (KMSTO) for the participation banks. In the study, it was determined that the results had a valid and reliable scale structure by factor analysis and T-Test and ANOVA tests were applied in order to determine the perception levels of firms for participation banks. As a result of the study, it was concluded that there is no significant difference between the demographic characteristics of the firms and the dimensions of service, size of religion, financial dimension and recognition dimensions. While the most important criteria in the participation bank preferences of the companies participating in the survey are the service and finance dimensions, respectively, the criteria of religion and recognition come after these criteria.

**Keywords:** Islamic Banking, Participation Banks, Corporate Customer Perception, Factor Analysis.

### **1. GİRİŞ**

İslam dini yaşamı bir bütün olarak ele almakta, Kur'an, Sünnet, icma ve kıyas yoluyla tüm alanlarda çeşitli düzenlemeler yapmaktadır. Ekonomik, ticari, finansal iş ve işlemler bu bütün içerisinde önemli bir yer tutar. Oldukça kapsamlı kuralların yer aldığı bu alanlarda en önemli unsurlardan biri faizin haram kılınmış olmasıdır. Faizin İslam dininde haram kılınması ve Müslümanların birikimlerini faize dayalı günümüz finansal sistemi içerisinde değerlendirmeleri dini bakımdan sakınca arz ettiği için tasarrufların ekonomiye aktarılması sorunu yaşanmaktadır. Bu nedenle, İslam ülkeleri atıl kalan fonları ekonomiye kazandırmak amacıyla İslami finansal sistem ve İslami bankacılık<sup>2</sup> arayışına girmişlerdir. 1970'li yıllarda başlayan İslami finans arayışları Ortadoğu ve Körfez Ülkeleri başta olmak üzere kısa sürede ivme kazanarak Müslüman nüfusun çoğunlukta olmadığı ülkeler de dahil olmak üzere tüm dünyada kendinden söz ettirmeye başlamıştır.

---

<sup>2</sup> İslami Bankacılık, Türkiye'de 2005 yılından önce Özel Finans Kurumları olarak adlandırılmıştır. Sonrasındaysa Katılım Bankaları adıyla faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu çalışmada, bağlama göre, İslami bankacılık ve katılım bankacılığı birlikte yer almaktadır.

Baykara (2012) çalışmasında, İslami Bankacılığın ortaya çıkışının nedenlerini dini, ekonomik ve sosyal nedenler olarak sınıflandırmıştır. Sadece Müslümanlıkta değil, diğer dinlerde de faizin yasak oluşu ve faizsiz finans arayışları dini nedenin özünü oluşturmaktadır. Petrol zengini Körfez ve Müslüman ülkelerin hükümetlerinin yatırım ve kalkınma projelerini geleneksel bankacılık sistemi üzerinden yapmakta isteksiz davranması ekonomik nedenlerin başlıcasıdır. Faizsiz bankacılık ve finans sisteminin gelir eşitsizliğini azaltan yönü, üretime ve ticaret yerine faize dayalı zenginleşmenin emek kesiminin aleyhine sosyal adaletsizliğe yol açmada büyük rol oynaması ise sosyal nedenler şeklinde ifade edilmiştir.

İlgi çekici noktalardan biri de kriz dönemlerinde İslami finans ve bankacılık ilişkisidir. Örneğin, 2008 küresel finans krizinden sonra İslami bankaların geleneksel bankalara oranla piyasalardaki olumsuzluklardan daha az etkilendiği görülmüştür. Yaşanan küresel kriz sonrası faizsiz finans sistemi önemli bir sınavdan geçmiş ve sistemin dayanıklılığı teyit edilmiştir. Bu dönemde, faizsiz finansın tüm enstrümanlarında büyüme görece yavaşlansa da devam etmiştir (Katılım Bankaları, 2015:35-36). Bu bağlamda, krizlerin sıklığının giderek arttığı, boyutlarının zaman zaman derinleştiği 80'lerden sonra, finans kesiminde katılım bankacılığının payının artırılması, bu yolla geleneksel bankacılık üzerindeki yoğunlaşmanın azaltılması finans kesiminin güven ve istikrar içinde işleyişine katkı sağlayabilecektir.

Türkiye'de katılım bankalarının ortaya çıkışında rol oynayan önemli unsurlardan ilki, İslam coğrafyasına ait bir ülke olması nedeniyle İslam ülkelerinin faizsiz bankacılık kanalıyla gerçekleştirdiği sermaye transferlerinden pay alma arzusudur. Ayrıca, Türkiye'de yaşayan ve faiz hassasiyeti bulunan ekonomik birimlerin başka alanlarda değerlendirdikleri tasarruflarının ekonomiye kazandırılması hedefi de katılım bankalarının sistem içinde yer almasının bir diğer nedenidir. Son olarak, İslam ülkeleriyle ekonomik, sosyal ve siyasi ilişkilerin geliştirilmek istenmesi de katılım bankacılığının Türkiye'de gelişmesinde rol oynamıştır (Kalaycı, 2013:61).

Türkiye'de katılım bankacılığı sektöründe önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Bunlardan biri de kamunun katılım bankacılığı sektörüne giriş yapmasıdır. Katılım bankalarının sayılarının artması, ürün ve hizmet çeşitlerinde artışın sağlanmasıyla bankacılık sektöründeki paylarının yükseltilmesi hedeflenmektedir. Bu anlamda, katılım bankalarının daha çok müşteriye ulaşarak daha fazla fon toplamaları ve kullandırmaları gerekmektedir. Fon toplama ve kullandırma olanaklarının artırılması sadece bireysel değil, kurumsal müşterilere daha fazla ulaşılması gereğini ortaya koyar. Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) tarafından yayınlanan Türkiye Katılım Bankacılığı Stratejisi Belgesi (2015-2025) kurumsal müşterilerin önemine vurgu yapmaktadır.

Bu açıdan çalışmanın amacı, kurumsal müşterilerin katılım bankalarına yönelik algılarının belirlenmesi olarak tespit edilmiştir. Katılım bankalarına yönelik müşteri algısıyla ilgili çalışmaların daha çok bireysel müşteriler üzerinde yoğunlaşması nedeniyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma,

Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren firmalarda anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümde, konuyla ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, çalışmanın yöntemi, hipotezi ve temel bulguları verilmiş olup son olarak, dördüncü bölümde sonuç ve değerlendirmeler yer almaktadır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

İslami Bankacılık ve müşteri ilişkileri alanında yapılmış ilk çalışmalar, Erol ve El-Bodur (1989) ve Erol vd. (1990) tarafından gerçekleştirilmiştir (Ahmad ve Haron, 2002:17). İslami bankacılık, Türkiye'deki isimlendirmesiyle katılım bankalarına yönelik bireysel müşteri algısı üzerine çok sayıda akademik çalışma yapılmıştır. Fakat kurumsal müşteri düzeyinde yapılan çalışmalar oldukça azdır. Literatür taramasında gerek bireysel, gerekse kurumsal müşteri algısını araştırmaya yönelik yerli ve yabancı çalışmalara yer verilmiştir.

Erol ve El-Bodur (1989), tarafından yapılan çalışmada hem geleneksel hem de İslami banka müşterilerinin, banka seçiminde en önemli üç kriterin hızlı ve verimli hizmet sağlama, bankanın itibarı ve gizlilik kriterlerinin algıladıklarını vurgulamışlardır. İslami bankaları seçmek için ön planda olması beklenen din kriterinin ise temel değişkenlerden olmadığını bulgulamışlardır.

Haron vd. (1994), Müslüman ve gayrimüslimleri oluşturan 301 kişiye Malezya'daki İslami bankalarını tercih nedenlerini belirlemeye çalışmışlardır. Müslümanlar tarafından algılanan birincil tercih etkin hizmet ve hızlı servis kalitesi olduğunu, gayrimüslimler tarafından algılanan tercih ise personelin samimiyeti olduğu sonucuna varmışlardır. Bu çalışmanın diğer bir önemli katkısı ise, Malezya'daki İslami bankaların varlığından Müslümanların %100'nün, gayrimüslimlerin ise %75'inin haberdar olduğunu ifade edilmesidir.

Metawa ve Almosawi (1998), Bahreyn İslami Bankası ve Bahreyn Faisal İslam Bankası müşterilerine odaklanmışlardır. Müşterilerin İslami banka tercih nedenlerini belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmalarında, en önemli tercih nedeni olarak İslami prensiplere bağlı olunması belirlenmiştir. Bunun ardından gelen ikinci neden, bankaya yatırılan paranın getiri oranı son edense, aile ve arkadaş çevresi olmuştur. Çalışmada aynı zamanda yaş, gelir ve eğitim gibi sosyodemografik faktörlerin banka seçiminde önemli kriterler olduğu tespit edilmiştir.

Ahmad ve Haron (2002), Malezya Kuala Lumpur Borsası'nda işlem gören 45 firmanın mali işlemler sorumlularına anket uygulayarak, İslami bankalara yönelik algılarını ölçmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda, katılımcıların yarısından fazlası İslami bankacılık sisteminin geleneksel bankacılık sisteme alternatif olarak iyi potansiyele sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar banka seçiminde dikkate aldıkları en önemli faktörün hizmet ve ürünlerin maliyeti olduğunu vurgulamışlardır. Ankete katılanların yaklaşık %80'ini gayrimüslimler oluşturmuştur. Çalışma, çoğunlukla Müslüman olmayanların İslami bankacılığa yönelik görüşlerini bildirmesi

bakımından önem taşımakta, sonuçlarsa, İslami bankacılık sistemi hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıklarını göstermektedir.

Okumuş (2005), İstanbul'da katılım bankaları müşterilerinin tercihlerini 161 kişiye anket uygulayarak öğrenmeye çalışmıştır. Çalışmada, katılımcıların katılım bankalarını seçmesindeki önemli tercihin din faktörü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dusuki ve Abdullah (2007), Malezya'nın dört farklı eyaletinde, İslami bankaların tercih edilmesindeki unsurları belirlemek için 750 kişiye anket uygulamışlardır. Katılımcılar için en önemli tercihlerin, bankaların İslami kurallara göre faaliyet göstermesi ve personelin bilgili, becerikli, samimi olması sonucuna ulaşılmıştır. Diğer nedenlerse, bankaların sosyal sorumluluk uygulamaları, şubenin yakınlığı ve sunulan hizmetlerin fiyatıdır.

Amin ve Isa (2008), İslami bankaların hizmet kalitesini ölçmeye yönelik araştırma yapmışlardır. Araştırmanın evrenini Malezya'daki, Müslüman ve gayrimüslim bireyler oluşturmuştur. Katılımcılar ile hizmet kalitesi arasından güçlü pozitif bir ilişkinin olduğunun bulunduğu çalışmada ve müşterilerin tercih nedenleri arasında faizsizlik ilkesi, kredi oranlarının düşük olması tespit edilmiştir.

Gait ve Worthington (2009), Libya'da 296 firmanın İslami finans yöntemlerine karşı tutumlarını incelemişlerdir. Sonuç olarak, çoğu firmanın İslami bankacılık hakkında bilgi sahibi olduğunu söylemişlerdir. Ancak, katılımcıların üçte ikisi İslami finans ürünlerinden Muşarake (tam sermaye ortaklıkları) ve karzı hasen (faizsiz yardım kredisi) bilmekte iken, diğer İslami finans ürünlerinden bilgi sahibi olmadıklarını ifade etmişlerdir. Çalışmada ulaşılan bir diğer sonuçta, firmaların İslami finansı kullanmalarındaki en önemli kriterin dini motivasyon olduğu bulgusudur.

Haque vd. (2009), Malezya'da İslami bankalara yönelik müşteri algısını belirlemek için araştırma yapmışlardır. Bulgular ışığında, yüksek standartta hizmet kalitesinin sağlanmasının müşteri memnuniyetini artırmayı sağladığı sonucuna varılmış, müşteri algısı ile hizmet kalitesi, dini bakış açısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu vurgulanmıştır

Rustam vd. (2011), Pakistan'da faaliyet gösteren altı ticari bankadaki kurumsal müşterilerin İslami bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik algılarını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, kurumsal müşterilerin büyük çoğunluğunun İslami bankaların ürün ve hizmetleri hakkında yeterince bilgiye sahip olmadığı görülmüştür. Araştırmacılar, bunun nedeninin İslami bankaların ürün ve hizmetlerini tanıtmalarında yeterince çaba göstermemeleri olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca, katılımcıların çoğunluğu, İslami banka seçimlerindeki en önemli faktörün din ve ekonomik faktörler olduğunu belirtmişlerdir.

Echchabi ve Aziz (2012), Çalışmalarında Faslı müşterilerin İslami bankaları tercih etmeye yönelik 146 bireye anket uygulamışlardır. Araştırmada çoklu regresyon ve T testi analizleri tercih edilmiştir. Sonuçlar, belirsizliğin, uyumluluğun, farkındalığın

yanı sıra öznel normların Fas'taki İslami bankacılık hizmetlerine yönelik tutumu önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir. Ayrıca dini inancın, aile ve arkadaş çevresinin özel normlar üzerinde önemli etki yaptığı tespit edilmiştir. Bu çalışma, Fas'ta İslami bankacılık hizmetlerini benimseme konusunda müşterilerin algı ve istekli olmaları üzerine yapılmış olan en eski çalışmalardan biridir.

Naser vd. (2013), Kuveyt Finance House müşterilerine yapmış oldukları araştırmalarında katılımcıların İslami finans ürün ve hizmetlerin çoğunu kullanmadıklarını belirlemişlerdir. Ürün ve hizmetler arasında ise en fazla murabaha işlemi kullanılırken, diğer ürünlerinden kullanılmasını ifade etmişlerdir. Bu sorunu aşmak için banka yönetiminin ürünlerini müşterilere tanıtmak üzere çaba göstermeleri gereği ifade edilmiştir. Bunlar dışında ulaşılan sonuçlar, banka görüşünün, iç tasarımının, mobilyalar ve otoparkın genişletilmesi için iyileştirmeler yapılması gerektiğidir.

Özsoy vd. (2013), Bolu'da üç ayrı katılım bankası müşterisi olan 217 kişiden veri toplayarak tercih nedenlerini araştırmışlardır. Bulgulara göre; katılım bankası tercihlerini etkileyen en önemli faktörün hizmet kalitesidir. Bu faktörün ardından, sırasıyla imaj, güven, personel kalitesi, dini ve çevresel faktörler gelmektedir.

Şendoğdu (2014), Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren özel, kamu ve katılım bankalarının müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasında bir ilişki olup olmadığını test etmiştir. Sonuç olarak müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati açısından bir fark olduğu, müşteri memnuniyeti ile müşteri sadakati arasında pozitif yönde güçlü derecede anlamlı bir ilişkinin varlığı bulunmuştur. Ayrıca katılım bankalarını tercih etmede dini hassasiyetin öne çıktığı tespit edilmiştir.

Ser vd. (2014), Malezya'da 120 adet küçük ve orta büyüklükteki (KOBİ) işletmenin İslami finansa yönelik tutum ve algılarını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, KOBİ'ler için İslami banka seçimindeki en önemli faktörün dini hassasiyet olduğu vurgulanmıştır. Çalışmaya göre, maliyet avantajları, işletme desteği ve itibar müşterilerin tutumları üzerinde fazla bir etkiye sahip değildir.

Toraman vd. (2015), Mevcut ve potansiyel banka müşterilerin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik algılarını ölçmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda, katılımcılar tarafından İslami bankalarının yeterince bilinmediğini ve potansiyel banka müşterilerin İslami finans algısının çok zayıf olduğunu ifade etmişlerdir.

Bodibe vd. (2016), Müşterilerin İslami bankacılığı kararlarını etkileyen faktörleri Güney Afrika'nın en büyük şehri olan Johannesburg'daki yerel bir üniversitede 250 katılımcıya anket uygulayarak öğrenmeye çalışmışlardır. Sonuç olarak, katılımcıların çoğunun İslami bankalardan haberdar olmadıklarını bulmuşlardır. Bu nedenle, banka yönetimine İslami bankacılık konusunda farkındalık yaratılması önerilmiştir.

Asdullah ve Yazdifar (2016), Pakistan'da genç nüfusun İslam bankalarına bakış açılarını incelemişlerdir. Sonuç olarak, erkek ve kadın katılımcıları etkileyen faktörlerde farklılık olduğunu tespit etmişlerdir. Erkeklerin din, maliyet ve hizmet faktörleri nedeniyle tercih ettikleri, kadınların ise İslami bankacılığı hakkında yeterince bilgi ve bilince sahip olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Gençler ise İslami banka tercihindeki ana etkinin din faktörü olduğunu ifade etmişlerdir.

Anaç ve Kaya (2017), İstanbul'da rassal olarak seçilen bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme nedenlerini araştırmak için anket uygulamış, analizlerinde T testi kullanmışlardır. Analiz sonuçlarına göre, imaj ve popülerite ile dini hassasiyetlerin katılımcıların tercihlerini etkileyen en önemli iki faktör olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Bunun yanı sıra, banka çalışanların müşterilere yaklaşımı da üçüncü önemli tercih nedenidir.

Türkan ve Arpacık (2017), Bingöl'de hedef kitle olarak, din görevlilerin katılım bankacılığına bakış açısı üzerine anket çalışması yapmışlardır. Anket sonuçlarına göre din görevlilerin ihtiyaç halinde katılım bankacılığını kullanacaklarını fakat yapılan işlemlerin İslami kurallara uygun olmadığını ve faizli işlemlere yakın olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, katılım bankalarının din görevlileri tarafından yeterince bilinmediği ve İslami finans algılarının zayıf olduğu bulgusuna varılmıştır.

Chaouch (2017), Tunus'da İslami finansa olan algı düzeyini araştırmak için konvansiyonel ve İslami bankacılığın 100 müşterisine anket uygulaması yaparak öğrenmeye çalışmıştır. Sonuç olarak, İslami bankaların İslami standartlara sahip oluşuyla ilgili olarak olumlu algıların varlığı tespit edilmiştir. Ancak, katılımcıların şeffaflık, kâr ve zarar paylaşımı konusunda şüpheli yaklaşım içerisinde oldukları tespit edilmiştir.

Gökçen ve Gönen (2017), Ege Bölgesi Sanayi Odası'na bağlı faaliyetlerini sürdüren 33 firmanın katılım bankalarına yönelik algılarını anket yöntemiyle ölçmeye çalışmışlardır. Yapılan araştırma sonucunda, ele alınan firmalar nezdinde katılım bankalarının geleneksel bankalardan fazla farkının olmadığı, katılım bankacılığı faaliyetlerinin geleneksel bankacılık faaliyetlerinin bir dönüşümü olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, firmalar, banka seçiminde ekonomik kazanç sağlamayı öncelemektedir. Çalışma, katılım bankacılığı faaliyetlerinin tanıtımına ihtiyaç duyulduğu sonucuna da varmıştır.

Tayran (2018), İstanbul'da katılım bankalarına yönelik müşteri memnuniyetini belirlemek için yüz yüze görüşerek 250 kişiye anket uygulamıştır. Katılımcıların çoğunu orta yaşta erkek ve kadın müşteriler oluşturmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre, müşteri memnuniyetinde kâr payı oranları, işlem maliyetleri ve ürün çeşitliliği en önemli paya sahip olan faktörlerdir.

Yılmaz vd. (2018), KOBİ'lerin katılım bankalarının faaliyetlerine yönelik tutumlarını tespit etmek için yaptıkları alan araştırması sonucunda, katılımcıların



cinsiyete, yaş aralığına ve eğitim durumlarına göre İslami bankalar hakkındaki bilgilerinin düşük seviyede olduğunu bildirmişlerdir.

Yıldırım ve Çakar (2018), Çorum'da faaliyet gösteren 482 KOBİ nitelikli işletmeye anket uygulamışlardır. Anket sonucunda, KOBİ'ler için İslami bankacılığı kullanmadaki en önemli faktör hizmet kalitesidir. Diğer faktörler ise sırasıyla tanınma, şeffaflık ve güvenilirliktir. Yazarlar, dini hassasiyetin ise kullanma niyeti üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığını bulmuşlardır.

Tekin (2019), Katılım bankalarına yönelik bilgi, algı ve farkındalık düzeylerini tespit amacıyla 293 üniversite öğrencisine anket uygulamıştır. Çalışma sonucunda, bilgi ve farkındalık düzeylerinin oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, çalışma sonucunda, alınan finans dersi sayısı arttıkça öğrencilerin katılım bankaları ile ilgili bilgi düzeylerinin arttığı tespit edilmiştir.

### **3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ**

Bu çalışmanın temel amacı kurumsal banka müşterilerinin katılım bankaların işlevlerine yönelik algılarını ölçmektir. Anket yönteminin kullanıldığı çalışmanın evrenini, Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odası'na "KMSTO" bağlı ilk 75 büyük ölçekli firma oluşturmaktadır. Anketi 60 firma cevaplamış olup, 2 firma örnekleme bozduğu için ankettten çıkarılmış, örneklem sayısı 58 firma olarak belirlenmiştir. Anket, Şubat 2019 ile Mart 2019 tarihleri arasında, anket uygulanacak firmaların finans departmanındaki ilgili kişilerle yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada ölçek oluştururken, (Ahmad ve Haron 2002; Gait ve Worthington 2009; Yıldırım ve Çakar 2018) çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden yararlanılmıştır. İki bölümden oluşan anketin birinci bölümünde, araştırmaya katılan firmalar hakkında genel bilgiler yer almıştır. İkinci bölümde ise, firmaların katılım bankaları hakkındaki algısını ölçmek amacıyla 5'li likert ölçeği kullanılmış (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Fikrim yok, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum), ankete katılanlara toplam 20 soru yöneltilmiştir.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde, öncelikle faktör analizi uygulanmıştır. Daha sonra katılımcıların anket sorusuna verdikleri cevapların frekans dağılımları incelenmiş olup, araştırma kapsamında kurulan hipotezlerin, demografik özellikleri ile boyut ortalamaları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını t-Testi ve ANOVA testleri ile sınanmıştır.

#### **3.1. Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırma kapsamında, demografik faktörler ile firmaların katılım bankacılığına yönelik tutumlarını kapsayacak şekilde beş temel hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>1</sub>:** Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri hukuki yapılarına göre farklılaşmaktadır.

**H<sub>2</sub>:** Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri faaliyet gösterdikleri sektör yapısına göre farklılaşmaktadır.

**H<sub>3</sub>:** Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri faaliyet sürelerine göre farklılaşmaktadır.

**H<sub>4</sub>:** Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri firma çalışan sayısına göre farklılaşmaktadır.

**H<sub>5</sub>:** Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri tercih etmiş oldukları banka türüne göre farklılaşmaktadır.

#### 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMU

Öncelikle, güvenilirlik ve faktör analizinin yapıldığı araştırmanın bulguları ve yorumu aşağıda verilmiştir.

##### 4.1. Güvenilirlik Analizleri

Çalışmada kullanılan Hizmet, Din, Finans ve Tanınma değişkenlerinin güvenilirliklerini test etmek için kullanılan Cronbach's Alpha değerleri aşağıdaki Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Güvenilirlik Analizi

		Cronbach's Alpha		
A. HİZMET	A.1 Katılım bankalarının ürün ve hizmet kalitesi, katılım bankalarını tercih etmemizi etkiler.		,757	,846
	A.2 Katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	,836		
	A.3 Şube sayısı ve şubeye ulaşım gibi faktörler katılım bankalarını tercih etmemizi etkiler.	,842 ,842		
	A.4 İşletmemizin yakınlarında katılım bankası şubesi olması tercihlerimizi olumlu yönde etkiler.	,831		
	A.5 Katılım bankalarındaki personelin bilgili, becerikli ve samimi olması tercihlerimizi etkiler			
B. DİN	B.1 Katılım bankaları İslami kurallara hassasiyet gösterirler.	,833 ,840	,891	
	B.2 Katılım bankalarının faizsiz faaliyette bulunurlar.	,834		

	<b>B.3</b> Katılım bankalarının sunmuş oldukları finansal enstrümanlar, İslam dininin öngörmüş olduğu kurallara uygundur			
<b>C. FİNANS</b>	<b>C.1</b> Düşük maliyetli kredi imkânı sunmaları katılım bankalarını seçmemize neden olur.			
	<b>C.2</b> Ticari olarak kârlılığımıza olumlu etki etmeleri katılım bankalarını seçmemize neden olur.	,825		
	<b>C.3</b> Kar payı ilkesinin sadece katılım bankalarına ait olması katılım bankalarını seçmemize neden olur.	,836	,893	
	<b>C.4</b> Geleneksel (ticari) ve katılım bankalarının rekabet içerisinde olmaları finansal avantaj sağlar.	,829		
<b>D. TANINMA</b>	<b>D.1</b> Kitle iletişim araçlarında katılım bankaları ile ilgili yeteri derecede tanıtım yapılmaktadır.			
	<b>D.2</b> Katılım bankalarının iyi bir imaj ve popülariteye sahiptir.	,843		
	<b>D.3</b> Katılım bankaları, sundukları ürün ve hizmetleri hakkında işletmelere yeterince bilgilendirme yapmaktadırlar.	,832	,809	
	<b>D.4</b> Katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmetlerini işletmelere yeterince tanıtılmaktadırlar.	,843		
		,847		

Tablo 1'deki Hizmet değişkenine ait alfa değeri 0,757; Din değişkenine ait alfa değeri 0,891; Finans değişkenine ait alfa değeri 0,893 ve Tanınma değişkenine ait alfa değeri ise 0,809 şeklinde bulunmuştur. Ayrıca ölçeğin 16 boyutuna ilişkin genel güvenilirlik değeri ise 0,846 olarak gerçekleşmiştir. Güvenilirlik analizinin genel olarak kabul edildiği ölçüt 0.70 ve üstü çalışmanın güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır (Nunnally 1978). Elde ettiğimiz alfa değeri yapmış olduğumuz çalışmanın oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

#### 4.2. Faktör Analizi

**Tablo 2.** KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

<b>KMO Bartlett Test Değerleri</b>	
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	.733
Bartlett küresellik testi (Bartlett's test of Sphericity) Yaklaşık ki-kare ( $\chi^2$ )	514.865
Serbestlik Derecesi (sd)	120

Anlamlılık Düzeyi (Sig).	0.000
--------------------------	-------

Geçerlilik analizlerinden önce ilk olarak değişkenlerin tümünün faktör analizine uygun olup olmadıklarını ölçmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett küresellik (Bartlett's test of Sphericity) testleri uygulanmıştır. KMO testi, kısmi korelasyonların küçük olup olmadığını, dağılımın faktör analizi için yeterli olup olmadığını test etmekte ve bu değer 0.50'den büyük olması önerilmekte, eğer bu değer 0.50'den küçükse faktör analizi işlem görmemelidir (Colman ve Pulford, 2006:142).

Tablo 2 incelendiğinde KMO değerinin iyi bir uyuma sahip olduğu (0.733) görülmektedir. Bartlett's testi ki-kare değeri 514.865, P<.001) istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Bu durum, Temel Bileşenler Analizi açısından önermeler arasında korelasyonun yeterince iyi olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlara çalışma için faktör analizinin uygun olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 3.** Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Önermeler	Bileşenler			
	Hizmet Boyutu	Din Boyutu	Finans Boyutu	Tanınma Boyutu
A.1 Katılım bankalarının ürün ve hizmet kalitesi, katılım bankalarını tercih etmemizi etkiler.	.725			
A.2 Katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	.504			
A.3 Şube sayısı ve şubeye ulaşım gibi faktörler katılım bankalarını tercih etmemizi etkiler.	.759			
A.4 İşletmemizin yakınlarında katılım bankası şubesi olması tercihlerimizi	.712			

olumlu yönde etkiler.		
A.5 Katılım bankalarındaki personelin bilgili, becerikli ve samimi olması tercihlerimizi etkiler.	.692	
B.1 Katılım bankaları İslami kurallara hassasiyet gözetirler.	.899	
B.2 Katılım bankalarının faizsiz faaliyette bulunurlar.	.831	
B.3 Katılım bankaların sunmuş oldukları finansal enstrümanlar, İslam dininin öngörmüş olduğu kurallara uygundur.	.895	
C.1 Düşük maliyetli kredi imkânı sunmaları katılım bankalarını seçmemize neden olur.		.822
C.2 Ticari olarak kârlılığımıza olumlu etki etmeleri katılım bankalarını seçmemize neden olur.		.918

C.3 Kar payı ilkesinin sadece katılım bankalarına ait olması katılım bankalarını seçmemize neden olur.			.844	
C.4 Geleneksel (ticari) ve katılım bankalarının rekabet içerisinde olmaları finansal avantaj sağlar.			.748	
D.1 Kitle iletişim araçlarında katılım bankaları ile ilgili yeteri derecede tanıtım yapılmaktadır.				.753
D.2 Katılım bankalarının iyi bir imaj ve popülariteye sahiptir.				.585
D.3 Katılım bankaları, sundukları ürün ve hizmetleri hakkında işletmelere yeterince bilgilendirme yapmaktadırlar.				.804
D.4 Katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmetlerini işletmelere yeterince tanıtmaktadırlar.				.868
<b>Öz Değer</b>	<b>5.061</b>	<b>2.678</b>	<b>2.330</b>	<b>1.289</b>
<b>Varyans Yüzdesi</b>	<b>31.634</b>	<b>48.371</b>	<b>62.936</b>	<b>70.992</b>

Tablo 3'te görüldüğü üzere kurumsal banka müşterilerinin katılım bankalarına dair algı önermeleri, faktör yüklemesindeki varyans yüzdesinin %70.992'sini açıklamaktadır. Kurumsal banka müşterilerinin katılım bankalarına dair algı düzeyleri soruları ilk etapta 20 önerme olarak oluşturuldu.

Keşif amaçlı faktör analizi neticesinde düşük faktör yüküne sahip olduğu belirlenen din boyutundan, "Çalıştığımız bankanın faizli ya da faizsiz olarak faaliyette göstermesi bizim için önemlidir." ve "Banka seçiminde önceliğimiz İslami kurallara uygun faaliyette bulunulmasıdır.", Finans boyutundan, "Kar payı ilkesinin sadece katılım bankalarına ait olması katılım bankalarını seçmemize neden olur.", Tanınma boyutundan "İşletmemiz katılım bankaları hakkında yeteri fikre ve bilgiye sahip." soruları, ölçekten çıkarılarak son haliyle önerme sayısı 16 olarak belirlenmiş ve söz konusu önermeler toplamda hizmet, din, finans ve hizmet olarak 4 boyuta ayrılmıştır.

#### 4.3. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmanın bu bölümünde katılımcı firmalara ilişkin betimleyici bulgular sonucu elde edilen cevaplar tablolar halinde gösterilmiştir.

**Tablo 4.** Katılımcı Firmaların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Frekans	Yüzde (%)
Firma Yaşı		
0-9	12	20,7
10-19	15	25,9
20-29	18	31,0
30-Üstü	13	22,4
Hukuki Yapısı		
Anonim	32	55,2
Limited	26	44,8
Sektör Yapısı		
Üretim	47	81,0
Ticaret	11	19,0
Firma Çalışan Sayısı		
0-10	9	15,5
11-50	11	19,0
51-250	17	29,3
251-Üstü	21	36,2
Firmanızda Ayrı Bir Finans Departmanı Var mı		
Evet	43	74,1
Hayır	15	25,9
Finansal Kararları Alan Kişinin Eğitimi		
Lise	5	8,6
Ön Lisans	1	1,7
Lisans	49	84,5
Diğer	3	5,2

Tablo 4'te araştırmaya katılan 58 firmanın demografik özellikleri frekans ve yüzde dağılımı şeklinde gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına ilişkin katılımcı firmaların profilleri incelendiğinde; katılımcıların yüzde 20,7'si (12) 0-9 yaş aralığı, yüzde 25,9'u (15) 19-19 yaş aralığı, yüzde 31,0'i (18) 20-29 yaş aralığı ve yüzde 22,4'ü (13) 30 yılı aşkın faaliyetlerini sürdüren firmalardır. Hukuki yapılarına göre; yüzde 55,2'si (32) anonim ve yüzde 44,8'i (26) limited firmaları olduğu gözlenmiştir. Sektör yapısına ilişkin değerlendirmeler ise, yüzde 81,0'i (47) üretim sektöründe faaliyet sürdürürken, yüzde 19,0'i (11) ticaret sektöründe faaliyet sürdüren firmalardır. Firma çalışan sayısında en fazla paya sahip yüzde 36,2'si (21) 251 ve üstü çalışan sayısı, en az paya sahip ise yüzde 15,5'i (9) ile 0-10 arası çalışan sayısı olduğu görülmektedir.

Son olarak, firmalarda finansal kararların alınmasında sorumluluk sahibi ayrı bir departman ve yetkili var mı sorusuna yüzde 74,1'lik kısmı (43) evet cevabını verirken, yüzde 25,9'u ise (15) hayır cevabını vermişlerdir. Bu dağılım, ankete katılan firmaların finans kararlarında ayrı bir departmana ve ayrı bir sorumlu kişiye önem verdiklerini göstermektedir. Ayrıca, firmalarda finansal kararları alan kişilerin eğitim durumuna bakıldığı zaman çoğunluğunun yüzde 84,5 ile (49) lisans eğitimini tamamlayan kişiler olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 5.** Katılımcı Firmaların Banka Tercihleri

Sorular	Frekans	Yüzde (%)
Firmaların Banka Tercihleri		
Ticaret	36	62,1
Katılım	12	20,7
Yatırım-Kalkınma	10	17,2
Firmanızın Aktif Olarak Kullandığı Katılım Bankası Hesabı Bulunmakta mıdır ?		
Evet	40	69,0
Hayır	18	31,0

Ankete katılan firmalara ait banka tercihlerine ilişkin frekansları Tablo 5'deki gibidir. Araştırmaya katılan firmaların genelde tercih etmiş oldukları banka türleri arasında en yüksek paya sahip olan yüzde 62,1 oranla (36) ticaret bankalarıdır. Diğer banka tercihleri ise yüzde 20,7 ile (12) katılım bankaları ve yüzde 17,2 ile (10) yatırım-kalkınma bankası şeklinde cevaplanmıştır. Ayrıca, hâlihazırda aktif olarak kullandığımız katılım bankası hesabı var mı sorusuna verilen cevaplarda evet diyenlerin yüzde 69,0 (40) oranla büyük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Yüzde 31,0'lik kısmı ise (18) hayır cevabını vermişlerdir. Bu bağlamda, araştırmaya katılan firmaların büyük bir kısmı katılım bankalarında aktif olarak hesap bulundurmaktadırlar. Firmaların katılım bankalarını daha çok cari işlemleri sırasında kullandıklarını belirtmek gerekir.



**Tablo 6.** Ölçekte Yer Alan Sorulara Verilen Cevapların Frekansları

<b>Boyutlar</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>
<b>A. HİZMET</b>		
<b>A.1</b> Katılım bankalarının ürün ve hizmet kalitesi, katılım bankalarını tercih etmemizi etkiler.	3,60	1,16
<b>A.2</b> Katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	3,00	1,19
<b>A.3</b> Şube sayısı ve şubeye ulaşım gibi faktörler katılım bankalarını tercih etmemizi etkiler.	3,15	1,33
<b>A.4</b> İşletmemizin yakınlarında katılım bankası şubesi olması tercihlerimizi olumlu yönde etkiler.	3,29	1,33
<b>A.5</b> Katılım bankalarındaki personelin bilgili, becerikli ve samimi olması tercihlerimizi etkiler	3,84	1,02
<b>Toplam</b>	<b>3,37</b>	<b>0,86</b>
<b>B. DİN</b>		
<b>B.1</b> Katılım bankaları İslami kurallara hassasiyet gözetirler.	2,94	1,26
<b>B.2</b> Katılım bankalarının faizsiz faaliyette bulunurlar.	2,74	1,17
<b>B.3</b> Katılım bankaların sunmuş oldukları finansal enstrümanlar, İslam dininin öngörmüş olduğu kurallara uygundur.	2,75	0,99
<b>Toplam</b>	<b>2,81</b>	<b>1,04</b>
<b>C. FİNANS</b>		
<b>C.1</b> Düşük maliyetli kredi imkânı sunmaları katılım bankalarını seçmemize neden olur.	3,72	1,32
<b>C.2</b> Ticari olarak kârlılığımıza olumlu etki etmeleri katılım bankalarını seçmemize neden olur.	3,68	1,24
<b>C.3</b> Kar payı ilkesinin sadece katılım bankalarına ait olması	2,84	1,10

katılım bankalarını seçmemize neden olur.		
<b>C.4</b> Geleneksel (ticari) ve katılım bankalarının rekabet içerisinde olmaları finansal avantaj sağlar.	3,75	1,18
<b>Toplam</b>	<b>3,50</b>	<b>0,91</b>
<b>D. TANINMA</b>		
<b>D.1</b> Kitle iletişim araçlarında katılım bankaları ile ilgili yeteri derecede tanıtım yapılmaktadır.	2,70	1,05
<b>D.2</b> Katılım bankalarının iyi bir imaj ve popülariteye sahiptir.	2,67	1,03
<b>D.3</b> Katılım bankaları, sundukları ürün ve hizmetleri hakkında işletmelere yeterince bilgilendirme yapmaktadırlar.	2,77	1,07
<b>D.4</b> Katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmetlerini işletmelere yeterince tanıtmaktadırlar.	2,84	1,10
<b>Toplam</b>	<b>2,75</b>	<b>0,85</b>

Ankete katılan firmaların katılım bankalarına yönelik algılarını ölçmek için yöneltilen sorulara ilişkin cevaplar 5'li likert tipi ölçeğine göre puanlandırılarak ortalamaları Tablo 6'da verilmiştir. Sonuçlara göre, en yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan finans boyutu (AO=3,50) ile hizmet boyutu (AO=3,37) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sonuçlar, katılımcıların banka seçimi konusunda ilk önce ticari olarak kârlılıklarına etki edebilecek düşük maliyetli kredi imkânı sağlamanın ve bankalar tarafından sağlanan hizmet kalitesinin yüksek olmasının banka tercihlerine etki eden en önemli faktörler olarak cevaplamışlardır. Ayrıca, finans boyutu içerisindeki "Kâr payı ilkesinin sadece katılım bankalarına ait olması katılım bankalarını seçmemize neden olur" (AO=2,84) önermesiyle hizmet boyutu içerisindeki "katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmet kalitesini yeterli olduğunu düşünüyorum" (AO=3,00) önermesi iki boyut arasındaki en düşük ortalamaya sahip önermelerdir. Bu durum, katılım bankalarına özgü kâr payı ilkesinin firmalar için katılım bankalarıyla çalışma konusunda çok önemi olmadığını ifade etmektedir.

Öte yandan, katılımcı firmaların çoğunluğu, katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmet kalitesinin yeterli olmadığını düşünmektedirler. Ortalaması en düşük boyutlar ise; tanınma (AO=2,75) ve din (AO=2,81) boyutlarıdır. Bu sonuçlara göre katılımcılar, katılım bankaları tarafından firmalara yönelik yeterince tanıtım yapılmadığı görüşündedirler. Bilindiği üzere, katılım bankalarını diğer bankalardan ayıran en önemli hususun İslam dinin öngörmüş olduğu kurallara göre hareket etmeleridir. Fakat, elde edilen bulgulara göre katılımcıların çoğunluğu bu görüşe

katılmamakta, katılım bankalarının İslami şartlara uygun olmadığını düşünmektedirler.

#### 4.4. Korelasyon Analizi

Çalışmada kullanılan hizmet, din, finans ve tanınma değişkenleri arasındaki ilişkinin korelasyon bulguları Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7.** Korelasyon Testi Sonuçları

BOYUTLAR		Hizmet	Din	Finansal	Tanınma
Hizmet	Pearson Korelasyon	1			
Din	Pearson Korelasyon	,363**	1		
Finansal	Pearson Korelasyon	,351**	,211	1	
Tanınma	Pearson Korelasyon	,096	,268*	,325*	1

(\*) 0.05 düzeyinde anlamlılık (\*\*) 0.01 düzeyinde anlamlılık.

Yapılan Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre, kurumsal banka müşterilerin katılım bankalarına yönelik algıları arasında %1 ve %5 anlamlılık değerinde düşük düzeyde pozitif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu söz konusudur. Ayrıca, Tablo 7’de görüldüğü gibi hizmet boyutu ile tanınma boyutu arasında ve din boyutu ile finansal boyutu arasında çok düşük düzeyde pozitif yönlü ve istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur.

#### 4.5. Hipotezlere İlişkin Betimsel Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında kurulan hipotezlerin demografik özellikleri ile boyutlar arasında anlamlı farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla t-Testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. Hipotezlere ilişkin sonuçlar aşağıdaki tablolarda raporlanmıştır.

##### 4.5.1. T-Testi Bulguları

Çalışma çerçevesinde geliştirilen; “**H<sub>1</sub>**:Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri hukuki yapılarına göre farklılaşmaktadır.” ve “**H<sub>2</sub>**:Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri faaliyet gösterdikleri sektör yapısına göre farklılaşmaktadır.” hipotezlerini test etmek için iki grup arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını “bağımsız örneklem t-Testi” ile analiz edilmiştir.

**Tablo 8.** T-Testi Sonuçları

Değişkenler		Boyutlar			
		Hizmet	Din	Finansal	Tanınma
Hukuki Yapısı	t	-1,265	-,821	-,228	,237
	P	,211	,415	,820	,813
Sektör Yapısı	t	-,164	,892	,700	-1,100
	P	,871	,376	,487	,276

Tablo 8'deki sonuçlara göre, firmaların hukuki yapısı ve sektör yapısı değişkenleri açısından boyut ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ( $p>0.05$ ). Bu duruma göre, firmaların katılım bankalarına yönelik algıları firma hukuki yapısı ve firma sektör yapısına göre görüşleri farklılaşmayarak "**H<sub>1</sub>**:Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri hukuki yapılarına göre farklılaşmaktadır." ve "**H<sub>2</sub>**:Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri faaliyet gösterdikleri sektör yapısına göre farklılaşmaktadır." hipotezleri reddedilmiştir.

#### 4.5.2. ANOVA Testi Bulguları

Araştırmaya katılan firmaların demografik özelliklerinden faaliyet süreleri, çalışan sayısı ve banka tercihlerinin boyut ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Bulgulara ilişkin sonuçlar Tablo 9'da verilmiştir.

**Tablo 9.** ANOVA Testi Sonuçları

Değişkenler		Boyutlar			
		Hizmet	Din	Finansal	Tanınma
Firma Yaşı	F	,016	1,131	1,189	1,381
	P	,997	,345	,323	,259
Banka Tercihleri	F	2,092	,842	,440	1,237
	P	,133	,436	,647	,298
Firma Çalışan Sayısı	F	,353	,617	,327	,341
	P	,787	,607	,806	,796

Tablo 9'daki ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, değişkenler ile boyut ortalamaları arasında anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir ( $p>0.05$ ). Bu kapsamda geliştirilen; "**H<sub>3</sub>**:Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri faaliyet sürelerine göre farklılaşmaktadır.", "**H<sub>4</sub>**:Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri firma çalışan sayısına göre farklılaşmaktadır." ve "**H<sub>5</sub>**: Katılımcı firmaların katılım bankalarına yönelik görüşleri tercih etmiş oldukları banka türüne göre farklılaşmaktadır." hipotezleri reddedilmiştir. Elde etmiş olduğumuz bu sonuçlar, Duramaz ve Erol, (2018); Yılmaz vd. (2018); Gökçen ve Gönen, (2017); Ser vd. (2014) tarafından yapılan çalışmalarla desteklenir niteliktedir.

## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İslami bankacılık ya da faizsiz bankacılık, Türkiye'de bankacılık sektörüne 1985 yılında Özel Finans Kurumları adıyla faaliyetlerine başlamış, daha sonra kanun ile

2005 yılında Katılım Bankası olarak adlandırmış, faizsizlik prensibiyle çalışan ve her türlü bankacılık uygulamalarını yerine getiren bankacılık modelidir.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de, özellikle son yıllarda önemli gelişim sağlayan katılım bankaları, finansal sistem içerisinde geleneksel bankalarla birlikte faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu açıdan, bankacılık sektöründeki paylarının geleneksel bankalara oranla düşük seviyelerde olması, katılım bankalarının sistem içerisindeki gelişmelerini sürdürebilmeleri için mevcut müşteri yapısını koruyarak yeni müşterilere ulaşılmasını gerekli kılmaktadır. Katılım bankalarının sistem içinde payının artırılması amacıyla kamu sermayeli bankaların katılım bankacılığına giriş yaptığı görülmektedir. Bu hedefin gerçekleşmesi müşteri algı ve tutumlarının dikkate alınmasını gerekli kılmaktadır.

İslami bankalara yönelik banka müşterilerin algı ve tutumları üzerine gerek yurt dışı, gerekse Türkiye’de birçok çalışma yapılmıştır. Ancak, literatürde çalışmaların daha çok bireysel müşteriler üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Oysa, kurumsal müşterilerin ekonominin önemli aktörlerinden olmaları kurumsal banka müşterilerinin katılım bankalarına yönelik algı ve tutumlarının dikkate alınmasını zorunlu kılar.

Bu çalışmada, kurumsal banka müşterilerin katılım bankalarına yönelik algıları Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odası’na (KMSTO) bağlı 58 büyük ölçekli firma üzerinden belirlenmeye çalışılmıştır. İlk aşamada 5’li likert ölçeği kullanılarak katılımcılara 20 soru yöneltilmiştir. Sorulara verilen cevaplara faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonuçların hizmet, din, finans ve tanınma boyutları etrafında toplanarak geçerli ve güvenilir bir ölçek yapısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra, boyut ortalamaları ile katılımcı firmaların demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını T-Testi ve ANOVA testleri ile analiz edilmiştir.

Yapılan analiz bulguları sonucunda, katılımcı firmaların demografik özelliklerinden firma yaşı, hukuki yapısı, sektör yapısı, çalışan sayısı ve tercih etmiş oldukları banka türleri açısından anlamlı farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların firmaların katılım bankalarını geleneksel bankalardan pek farklı görmedikleri, katılım bankası tercihlerinde önemli kriterlerin sırasıyla hizmet ve finans boyutları olduğu belirlenmiş, bu boyutları takiben din ve tanınma boyutlarının geldiği tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçları dikkate alındığında katılım bankalarının İslami şartlara uygun olmadığına ilişkin algı, İslami bankacılıkla ilgili tanıtımın yeterli derecede yapılmadığını göstermektedir. Katılım bankalarının felsefe, ürün ve hizmet farklılığının daha fazla tanıtımına ihtiyaç bulunmaktadır. Katılım bankası pazar payının artırılması hedefi mevcut ve potansiyel kurumsal banka müşterileri algısının iyileştirilmesi gereğini ortaya koymaktadır.

## KAYNAKÇA

- Ahmad, Norafifah ve Haron, Sudin (2002), "**Perceptions of Malaysian corporate customers towards Islamic banking products and services**", International Journal of Islamic Financial Services, Vol:3, No:4, pp.13-29.
- Amin, Muslim ve Isa Zaidi (2008), "**An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction: A SEM approach towards Malaysian Islamic banking**", International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol:1, No:3, pp.191-209.
- Anaç, Turhan ve Kaya, Ferudun (2017), "**Katılım Bankacılığı Sektöründe Bireysel Müşterilerin Banka Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği**", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:13, Sayı:2, ss.75-96.
- Asdullah, Muhammad Ashar ve Yazdifar, Hassan (2016), "**Evaluation of factors influencing youth towards Islamic banking in Pakistan**", ICTACT Journal on Management Studies, Vol:2, No:1, doi: 10.21917/ijms.2016.0030.
- Baykara, Halid Velid (2012), "**Katılım Bankalarında Etkinlik ve Verimlilik Analizi**", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Bodibe, Seipati - Chiliya, Norman - Chikandiwa, Christopher Tarisayi (2016), "**The factors affecting customers' decisions to adopt Islamic banking**", Banks and Bank Systems, Vol:11, No:4, pp.144-151.
- Colman, Andrew M ve Pulford, Briony D (2006), **A crash course in SPSS Windows**, 3. Baskı, New Jersey, Blackwell.
- Chaouch, Naoel (2017), "**An Exploratory Study of Tunisian Customers' Awareness and Perception of Islamic Banks**", International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, Vol:3, No:2, pp.7-32. doi: 10.25272/j.2149-8407.2017.3.2.01.
- Dusuki, Asyraf Wajdi ve Abdullah, Nurdianawati Irwani (2007), "**Why do Malaysian customers patronise Islamic banks?**", International Journal of Bank Marketing, Vol:25, No:3, pp.142-160.
- Erol, Cengiz ve El-Bdour, Radi (1989), "**Attitudes, Behaviour and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks**", International Journal of Bank Marketing, Vol:7, No:6, pp.31-37.
- Echchabi, Abdelghani ve Abd. Aziz, Hassanuddeen Abd. (2012), "**Empirical Investigation of Customers' Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco**", Middle-East Journal of Scientific Research, Vol:12, No:6, pp.849-858.
- Gait, Alsadek H. ve Worthington, Andrew C. (2009), "**Libyan Business Firm Attitudes towards Islamic Methods of Finance**", Article in SSRN Electronic Journal, doi: 10.2139/ssrn.1370752
- Gökçen, Gürbüz ve Gönen, İbrahim (2017), "**Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı**", Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:2, Sayı:1, ss.61-77.

- Haque, Ahasanul - Osman, Jamil - Ismail, Ahmad Zaki Hj (2009), "**Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences**", American Journal of Applied Sciences, Vol:6, No:5, pp.922-928.
- Haron, Sudin - Ahmad, Norafifah - Planisek, Sandra L. (1994), "**Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers**", International Journal of Bank Marketing, Vol:12, No:1, pp.32-40.
- Kalaycı, İrfan (2013), "**Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?**", Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt:9, Sayı:19, ss.51-74.
- Metawa, Saad ve Almossawi, Mohammed (1998), "**Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications**", International Journal of Bank Marketing, Vol:16, No:7, pp.299-313, doi: org/10.1108/02652329810246028.
- Naser, Kamal - Al Salem, Athmar - Nuseibeh, Rana (2013), "**Customers Awareness and Satisfaction of Islamic Banking Products and Services: Evidence from the Kuwait Finance House (Note 1)**", International Journal of Marketing Studies, Vol:5, No:6, pp.185-199.
- Nunnally, Jum C. (1978), **Psychometric Theory**, McGraw Hill, New York.
- Okumuş, Hacer Şaduman (2005), "**Interest-Free Banking In Turkey: A Study Of Customer Satisfaction and Bank Selection Criteria**", Journal of Economic Cooperation, Vol:26, No:4, pp.51-86.
- Rustam, Sehrish - Bibi, Saiqa - Zaman, Khalid - Rustam, Adeela - Haq, Zahid-ul (2011), "**Perceptions of Corporate Customers Towards Islamic Banking Products and Services in Pakistan**", The Romanian Economic Journal, No:41, pp.107-123.
- Ser, Nor - Nursyafira, Fatin - Sundram, Veera (2014), "**Determinants of Attitude towards Islamic Financing among Halal-Certified Micro and SMEs**", <http://ssrn.com/abstract=2540610>
- Tayran, Sinan (2018), "**Customer Satisfaction in Participation Banks: Case in Istanbul**", Journal of Industrial Policy and Technology Management, Vol:1, No:1, pp.1-10.
- Tekin, Bilgehan (2019) "**Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi**", Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, Cilt:4, Sayı:1, ss.135-150.
- TKBB, (2005), **Türkiye Katılım Bankaları Strateji Belgesi 2015-2025**. <http://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/TKBB-Strateji-Belgesi.pdf>,
- Toraman, Cengiz - Ata, Ali - Buğan, Mehmet Fatih (2015), "**İslami Bankacılık Faaliyetlerine Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma**", Gaziantep University Journal of Social Sciences, Cilt:14, Sayı:4, ss.761-779.
- Türkan, Yavuz ve Arpacık, Mustafa (2017), "**Din Görevlilerinin Katılım Bankacılığına Bakış Açısı: Bingöl İlinde Bir Uygulama**", Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:7, Sayı:14, ss.233-244. DOI: 10.29029/busbed.327862
- Şendoğdu, A. Aslan (2014), "**Özel Kamu ve Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatine Yönelik Bir Araştırma**", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:19, Sayı:1, ss.91-106.

- Yıldırım, İsmail ve Çakar, Recep (2018), **“Perspectives of Small and Medium Enterprises (SMEs) on Islamic Banking Practices: A Study on the Assessment of Investment Financing and Business Savings”**, International Journal of Islamic Economics and Finance Studies, Vol:4, No:3, pp.50-61.
- Yılmaz, Tuncer, Ekinci, Sevgül ve Önk, Kadir (2018), **“KOBİ’lerin Katılım (İslami-Faizsiz) Bankalarının Faaliyetlerine Yönelik Tutumlarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma”**, International Journal of Academic Value Studies, Vol:4, No:18, pp.54-69.



---

**MAHREMİYET ve DİNDARLIK PERSPEKTİFİNDEN SOSYAL MEDYA  
PLATFORMLARINDA GÖRSEL PAYLAŞIMININ İNCELENMESİ: KSÜ  
ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA\***

**Elif KOCAGÖZ**

Dr. Öğr. Üyesi., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü  
ORCID: 0000-0001-9575-1664

**Nusret GÖKSU**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü  
ORCID: 0000-0003-3455-6982

**İsmail BAKAN**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü  
ORCID: 0000-0001-8644-8778

**Fatma Nur KARAKUŞ**

Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE, İşletme  
Anabilim Dalı  
ORCID: 0000-0001-6572-1595

---

**Öz**

Dijital dünyanın hem bireylerin yaşantısına hem de topluma hızla nüfuz ettiği bir alan olan sosyal medya platformları özellikle fotoğraf, video vb. görsel paylaşım olanaklarının artmasıyla birlikte, kullanıcıların birbirleriyle buluşup iletişime geçtiği ortamlardan, birer görme ve gösterme mekanlarına dönüşmektedir. Bu çalışmanın amacı, tüketici davranışlarını etkileyen birer faktör olarak mahremiyet ve dindarlık perspektifinden sosyal medya platformlarında görsel paylaşım davranışını incelemektir. Araştırmada nicel yöntemlerden anket tekniği kullanılmış, kolayda örnekleme yöntemiyle Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nin dört farklı fakültesinde öğrenim gören öğrencilere anket uygulanmıştır. 544 anket formu toplanmış, sosyal medya hesabı olan 484 kişinin verileri analiz edilmiştir. Analizlerde, bireylerin hem karede kendisinin bulunmadığı hem de bulunduğu görselleri paylaşma davranışlarında, mahremiyet ve dindarlık düzeyleri itibarıyla anlamlı bir farklılaşma olmadığı, mahremiyet ve dindarlık skorları yüksek ve düşük olan katılımcıların görsel

---

\* Bu çalışma "Tüketici Davranışlarını Etkileyen Bir Faktör Olarak Dindarlık Perspektifinden Sosyal Medyada Görsel Paylaşımının İncelenmesi: KSÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Saha araştırmasında kullanılan anket için Etik Kurul Onayı alınmıştır.

paylaşım sıklığının benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın son bölümünde bu bulgu ve izleyen araştırmalar için öneriler tartışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Dindarlık, Sosyal Medya, Görsel Paylaşımı, Fotoğraf Paylaşımı.

## **AN INVESTIGATION of IMAGE SHARING BEHAVIOR at SOCIAL MEDIA PLATFORMS from PRIVACY and RELIGIOSITY PERSPECTIVES: AN APPLICATION on STUDENTS at KSU**

### **Abstract**

Social media is a field where the digital world rapidly penetrates both the lives of individuals and the society, and social media platforms, with the increase of their image (photos, videos, etc.) sharing opportunities, transform into spaces of seeing and showing from the places where users just meet and communicate with each other. The purpose of this study is to examine image sharing behavior at social media platforms from the perspective of privacy and religiosity as factors affecting consumer behavior. In the research, survey technique, one of the quantitative methods, was used. By using convenience sampling, the survey was conducted among the students of four different faculties of Kahramanmaraş Sütçü Imam University. 544 survey forms were gathered, and data of 484 participants who have social media accounts were analyzed. In the analysis, it is found that there is no significant difference in image sharing behavior of participants in terms of privacy and religiosity regardless of whether or not they show themselves in the images. There was a similarity at the frequencies of image sharing of the participants who have high and low scores of privacy and religiosity. This finding and suggestions for further research are being discussed in the conclusion part.

**Keywords:** Privacy, Religiosity, Social Media, Image Sharing, Photo Sharing.

### **1. GİRİŞ**

Sosyal medya; kullanıcılar arasında çevrim içi haberler, fotoğraf ve videolar, metin ve farklı içeriklerin paylaşımını sağlayan web sitelerinin bütünü ifade etmektedir (Demir, 2016:146). Sosyal medyanın yapı ve içerik bakımından çeşitli özellikler taşıması (örn. zaman ve mekândan bağımsız, kullanımı kolay, interaktif özellikleri ile kişilerarası veya kişilerle kurumlar arası her türlü etkileşimi destekleyen bir yapıya sahip olması; ses, video, metin, görsel ve buna benzer kullanıcı içeriklerinin izlenmesini, görülmesini ve paylaşımını sağlaması; farklı sosyal medya platformları arası bağlantı olmasının ve birbirleriyle entegre bir biçimde çalışmasının sunduğu kullanım kolaylığı) onu diğer iletişim mecralarından daha avantajlı bir konuma getirmektedir (Kırcova ve Enginkaya, 2015:9). Sosyal medya, kullanıcılarına, düşüncelerini, duygularını, anlarını ve anılarını kısaca hayatlarını başkaları ile paylaşma (Çakmak ve Baş, 2017:99; Esen, 2018:3) ve bunu yazı, fotoğraf, video vb. birçok aracı kullanarak gerçekleştirme olanağı sunmaktadır. Özellikle sosyal medyada görsel paylaşımın, kelimeleri paylaşmaktan çok daha kolay olduğu düşünüldüğünde (Çakmak ve Baş, 2017:99), söz konusu olanaklarla giderek artan oranda görsel iletişim ile karşılaşılmaktadır.

Sosyal medyada video, fotoğraf vb. paylaşmanın, görselliğin, dış dünyayı izlemenin ve dış dünya tarafından izlenmenin yeni normal olduğu ve iletişimin yeniden şekillendiği bu çağda, mahremiyet, gizlilik vb. konular gündeme gelmekte, bu konuları ise bilgi güvenliği gibi konular açısından olduğu kadar, kültürel bir olgu olarak da ele alıp ilgili davranışları incelemeye duyulan ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, sosyal medya kullanıcılarının görsel paylaşım davranışlarını mahremiyet ve dindarlık çerçevesinde incelemektir. Dindarlık ve mahremiyetin seçilmesinin nedeni; mahremiyetin, evrensel bir olgu olduğu kadar kültürel bir yöne de sahip olması (Bkz. Kuyucu, 2015:27; Sarı, 2012:43; Margulis, 2011:11; Altman, 1975) ve Türk toplumunda yürütülen bir araştırmada dindarlık ve mahremiyet kavramlarını araştırmaya birlikte dahil etme gerekliliği üzerinde çeşitli görüşlerin ön araştırmalar sürecinde uzmanlar tarafından dile getirilmiş olması, literatürde de örneğin sosyal medya ve mahremiyet üzerine incelemelerde, kimi zaman din ve dinle ilgili perspektiflerin de içeriklerde kendine yer edindiğinin görülmesidir.

Görsel paylaşım davranışı bu çalışmada, bireyin kendisini, ailesini, çevresini, yaşantısını ve duygularını dış dünyaya görseller yoluyla açması durumunu ifade etmektedir. Kişilerin kendilerinin üretmedikleri/çekmedikleri içerikleri, doğa vb. fotoğrafları paylaşmaları araştırmanın kapsamı dışında tutularak sadece kendi dünyasını görsellerle sunmalarına odaklanılmaktadır. Literatürde sosyal medya kullanımıyla ilgili farklı disiplinlerden yapılan araştırmalarla yoğun olarak karşılaşılmaktadır. Ancak sosyal medya kullanımında sıklıkla sergilenen davranışlardan biri olan görsel paylaşımı özelinde, konuyu dindarlık ve bu araştırmanın mahremiyete geliştirdiği yaklaşımla birlikte inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Oysa Türkiye’de; bireyin bir varlık olarak kendisini, yaşantısını, çevresini vb. dış dünyaya görseller yoluyla açması durumunu, mahremiyet ve dindarlık olgusuyla birlikte okumanın, hem bireysel hem sosyal yönü olan konuya dair akademik tartışmalara önemli katkılarda bulunabileceği düşünülmektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. Sosyal Medyada Görsel Paylaşımı**

Sosyal medya kullanımı tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de artış göstermekte, Instagram gibi tamamen görsel paylaşım dayalı platformlara rağbet artmakta ve giderek daha fazla sayıda kullanıcının sosyal medya hesaplarında kendilerine ait dünyayı görseller (fotoğraflar, videolar vb. ) yoluyla dış dünyaya açtıkları gözlemlenmektedir. Sosyal medyada karşılaşılan görsel iletişimdeki içeriklerin önemli bir kısmını fotoğraflar oluşturmaktadır.

Literatürde, fotoğraf paylaşımının birçok nedeni olduğu ifade edilmektedir. Örneğin bunlardan bir tanesi “selfie” psikolojisidir. Civelekoğlu’na göre (2014) selfie, başka birinin gözünden kendine bakma ve kendiyle ilgili farklı bir yargıya ulaşma çabasıdır. Yine literatürde, bireylerin kendini, yüzünü, bedenini ve/veya yaşadığı hayatı/hikayesini kusursuzlaştırma çabasının, kimlik inşaa etme isteğinin, toplum tarafından kabul edilme, varlığını hissettirme, kişisel bir duruş sergileme, olumlu imaj yaratma ya da hissedilen yalnızlık duygusu, sosyalleşme ve tüketimin gösterilmesi isteği gibi konuların da sosyal medyada fotoğraf paylaşımı davranışında önemli bir yere

sahip olduğu ifade edilmektedir (Yıldız, 2017:17; Aktaş, 2017:21; Yeniçıkıtı, 2017:64; Altan, 2015:94; Saraç, 2015:34). Hangi nedenle olursa olsun, sosyal medyada video, fotoğraf vb. paylaşmanın, görselleşmenin, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de artış gösterdiği görülmektedir. İlgili sosyal medya raporları incelendiğinde, Türkiye’de hem sosyal medya kullanımının yüksek olduğu hem de görsel içerik oluşturulmasına ve paylaşılmasına olanak sağlayan platformlara rağbetin giderek arttığı dikkat çekmektedir. Örneğin, 2020 yılı verileri itibarıyla, Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının ortalama dokuz farklı hesaba sahip olduğu ve yine ortalama 2 saat 52 dakikalarını sosyal medyada geçirdikleri görülmektedir. 2020 yılına gelindiğinde Türkiye’de Instagram kullanıcı sayısı 38 milyona ulaşmıştır. Instagram’ın fotoğraf paylaşımı üzerine tasarlanmış bir platform olması ve aynı zamanda canlı yayın yapma ve durum bildirimlerine video ekleme gibi özelliklere sahip olması nedeniyle, 38 milyon kullanıcı sayısı önemli bir göstere olarak görülmektedir. Türkiye’de sadece bir önceki yıldan bu yıla bir milyonun üzerinde yeni kullanıcının platforma katılmış olması da, trendin artış yönünde olduğunu gözler önüne sermekte, fotoğraf paylaşımının Türkiye’de popülerliğini de vurgulamaktadır (We are Social ve Hootsuite, 2020).

## 2.2. Mahremiyet

Mahremiyet, bireyin, çevre birimleriyle çeşitli ilişkiler içinde olurken, kimin, neyi, ne kadar ve ne boyutta bilmesi gerektiğine, başkalarının sahip olduğu şeyler arasından neleri kullanıp kullanamayacağına, nelere dokunup nelere dokunamayacağına, özetle kendi alanına ne kadar girebileceğine kendisinin karar verdiği; sınırlar açısından kendisinin belirleyici olduğu bir kişisel tercih alanını ifade etmektedir (Bknz. Kocagöz, 2019). Bugüne kadar hayatın her alanında gündeme gelmiş fakat sınırları net olarak çizilmemiş olan ve kültürel bir algı olarak ifade edilen mahremiyet, her kültürün kendine özgü değer ve normları içerisinde kendine bir yer bulmaktadır (Sarı, 2012:43). Kuyucu’ya göre (2015:27) Batı kültüründe çoğunlukla dokunulmazlık olarak algılanan mahremiyetin sınırları, insanların bedenlerinin dokunulmazlığı güvence altına alınarak çizilmekte; Doğu kültüründe ise görünmezlik olarak algılanarak, mahrem olan şeylerin başka insanlardan gizlenmesi ve gösterilmemesi olarak sınırlar belirlenmektedir. Dolayısıyla mahremiyeti bir yandan bireysel bir tercih, diğer yandan kültürel bir olgu olarak görmek doğru bir yaklaşım olacaktır.

Mahremiyet konusu, dijitalleşmeyle birlikte yeniden gündeme gelen konulardan biridir ve özellikle kişilerin mahremiyet tercihlerinin sosyal medya kullanımına, ya da tam tersi yönde sosyal medya kullanımının zamanla mahremiyetleriyle ilgili algılarına, tercihlerine, davranışlarına etkisinin birçok akademik çalışmaya konu olduğu görülmekte; literatürde, dijital çağ ile birlikte mahrem kümelerin sınırlarının yeniden çizildiği ve bireylerin mahrem alanlarının giderek daraldığı belirtilmektedir; sosyal medya platformları ile birlikte mahremiyetin geleneksel anlamından uzaklaştığı, geleneksel olarak mahrem olan unsurların sosyal medya üzerinden paylaşıldığı, dolayısıyla da kişinin mahrem alanının daraldığı, mahremiyetin ise sınırlarının genişleyerek kamusal alana taşıdığı gibi çeşitli yorumlarla karşılaşılmaktadır (Bknz. Kocagöz, 2019; Göçmen, 2018; Gökçen, 2018; Budak 2018; Çağan, 2018; Çakır, 2017). Literatürde sosyal medya ve mahremiyet konularının,

bilgilerin güvenliği ya da güvenlik kaygısı gibi spesifik çerçevelerde incelendiği çalışmalarla da karşılaşılmaktadır. Örneğin bir çalışmada, mahremiyet algısının yüksek olduğu bireylerin sosyal medyada bilgi paylaşımından kaçındıkları sonucuna ulaşılırken (Acılar ve Mersin, 2015:105), bir başka çalışmada mahremiyet ve güvenlik kaygılarına rağmen bazı sosyal medya kullanıcılarının özel hayatlarıyla ilgili paylaşımlar yaptıkları sonucuna ulaşılmaktadır (Kaplan, 2017:67).

### 2.3. Dindarlık

Din sözcüğü, Arapça bir kelime olup “ceza ve yargı, usûl, âdet ve tutulan yol” gibi anlamlara gelirken, Latince karşılığı “Religio” olarak kullanılmakta ve “Allah’a saygı ve korku ile bağlılık, kendini ibadete verme, tören ve ayinlere katılma” gibi anlamlara gelmektedir (Peker, 2016:30). Dindarlık ise, çeşitli boyutlarıyla dinin bireylerin hayatına yansımaları ifade etmektedir. Dindarlığın sistemli bir şekilde çok boyutlu olarak ölçülmesi ilk kez Glock (1962/1972) tarafından –ve daha sonra Rodney Stark ile birlikte- gerçekleştirilmiştir. Boyutların ilkinin inanç boyutu oluşturmaktadır. İkinci boyut ise davranış (ibâdet) boyutu olarak ifade edilmiştir. Bu boyut ibâdet, âyin, duâ gibi dinle ilgili olan tüm davranışları içermektedir. Tecrübe boyutu ise, olumlu veya olumsuz tüm dini duyguların tecrübe edilerek içsel olarak yaşanmasını ifade etmektedir. Dördüncü boyut zihni (entelektüel boyut) olarak ele alınmıştır. Bu boyut bilgi boyutu olarak da ifade edilmektedir ve dindar bir insanın inancıyla ilgili bilgileri nitelikli bir şekilde bilmesi gerektiği anlamını taşır. Son olarak etki boyutunda, diğer dört boyutun ortaya çıkarmış olduğu etkilerle ilgilenilmektedir (Bknz. Certel, 2014:92; Erkol, 2004:69; Yıldız, 2001:30).

Dindarlık olgusu, bir sosyo-kültürel faktör olarak tüketici davranışları alanında incelenen başlıklardan biridir. Dinin çok boyutlu bir yapı olduğu ve alt boyutları itibarıyla ya da tek bir boyut olarak, tüketicilerin satın alma ve tüketme kararlarını, süreçlerini ve bunlarla ilgili konuları, etik ve ahlâki karar verme davranışlarını, materyalizm ve riskten kaçınma gibi davranışlarını etkilediği, şekillendirdiği ulusal ve uluslararası çeşitli çalışmalarda ifade edilmektedir (Örn. Agarwala, 2018; Berkin, 2018; Seyfi ve Çerçi, 2017; Mathras vd., 2016; Essoo ve Dibb, 2015; Seyidov, 2013; Çubukçuoğlu ve Haşiloğlu, 2012; Tiltay ve Torlak, 2011; Mokhlis, 2009; Minkler ve Cosgel, 2004; Vitell, Singhapakdi ve Thomas, 2001; Delener, 1990). Öte yandan tüketim ve tüketici ile ilgili konuların da dinle ilgili konulara ya da dindarlık kavramına yaptığı etkiler, bu kavramları şekillendiriyor oluşuna dair incelemeler, tespit ve kritikler de literatürde kendine yer bulmuştur. Örneğin, Demirzen (2010) tüketim toplumu ve din arasında grift bir ilişki bulunduğunu ve tüketim toplumunun dini değerleri ‘sömürdüğünü’ ifade etmiştir. Sungur (2014) ise dini sembol veya göstergelerin birer tüketim nesnesine dönüştüğünü ifade etmektedir. Ayrıca din ve tüketim bağlamında farklı araştırmalar da söz konusudur. Örneğin, İnce (2018) dindar tüketicilerin gösterişçi tüketim davranışı sergileyebildiğini belirtirken, Arslan ve Çaylak (2018) dindar gençlerin moda, marka, farklı giyim tarzları ve makyajla olan ilişkisini incelemiştir.

Dindarlık olgusu ile sosyal medyanın inceleme konusu olduğu çalışmalarla da Türkçe literatürde karşılaşılmaktadır. Örneğin, Bodur ve Korkmaz (2017) ile Oyman

(2016) dindarlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi, Ayaz (2015) sosyal medyanın dini sosyalleşme üzerindeki etkisini, Ekşi ve Çiftçi (2017) dindarlık, ahlaki olgunluk ve gençlerin problemleri internet kullanım durumlarını, Turan (2018) dindarlık, yalnızlık, görünürlük gibi açılardan sosyal medyada dini başa çıkma davranışını incelemiştir.

### 3. YÖNTEM

Çalışmanın amacı görsel paylaşım davranışını mahremiyet ve dindarlık değişkenleri itibariyle incelemektir. Araştırmanın ana sorusu şu şekilde tasarlanmıştır: Mahremiyet ve dindarlık düzeyleri itibariyle araştırma katılımcıları, sosyal medyada görsel paylaşım davranışları açısından bir farklılık göstermekte midir? Mahremiyet, her kültürün kendine özgü değer ve normları içerisinde kendine bir yer bulduğundan ve Batı kültürlerinden farklı olarak Doğu kültürlerinde, mahrem olan şeylerin başka insanlardan gizlenmesi ve gösterilmemesi olarak değerlendirildiğinden; ayrıca dindarlık da "görme ve gösterme" eylemlerini etkileyebilecek bir olgu olarak görüldüğünden (Örn. Akpınar, 2017:503; Kuyucu, 2015:37; Sarı, 2012:43) araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

H1: Mahremiyet düzeyleri itibariyle katılımcıların karede kendilerinin bulunmadığı görselleri paylaşım sıklıkları anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H2: Mahremiyet düzeyleri itibariyle katılımcıların karede kendilerinin bulunduğu görselleri paylaşım sıklıkları anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H3: Dindarlık düzeyleri itibariyle katılımcıların karede kendilerinin bulunmadığı görselleri paylaşım sıklıkları anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H4: Dindarlık düzeyleri itibariyle katılımcıların karede kendilerinin bulunduğu görselleri paylaşım sıklıkları anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

Çalışmanın bir diğer sorusu, katılımcılar, Instagram ve Facebook'taki hesaplarının erişime açıklık durumlarına göre sınıflandırıldığında, mahremiyet ve dindarlık düzeyleri nasıl bir görünüm arz etmektedir? Bu sorunun nedeni, çalışmada mahremiyet kavramına bireyin kendisine erişimi seçici denetim altına alması olarak yaklaşılmış olmasıdır. İlerleyen kısımda kısaca bahsedilen ve bu çalışmada kullanılan mahremiyet ölçeğinde yer alan ifadeler, bu seçici denetime vurgu yapar mahiyettedir. Bu iki platformun seçilmesinin nedeni ise görsel paylaşımının yoğun olduğu mecralar olmasıdır. Dolayısıyla yukarıda bahsedilen çalışmanın ana sorusunun sunacağı tabloyu bütünlemek üzere aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H5: Instagram hesaplarının erişime açıklık durumu itibariyle katılımcıların mahremiyet düzeyleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H6: Instagram hesaplarının erişime açıklık durumu itibariyle katılımcıların dindarlık düzeyleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H7: Facebook hesaplarının erişime açıklık durumu itibariyle katılımcıların mahremiyet düzeyleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

H8: Facebook hesaplarının erişime açıklık durumu itibariyle katılımcıların dindarlık düzeyleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

Çalışmanın ana kütesini Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma 2018-2019 Eğitim Öğretim yılında gerçekleştirilmiştir. Uygulamada, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İlahiyat Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi olmak üzere toplam dört fakülte seçilerek, kolayda örnekleme yoluyla 570 adet anket yapılmıştır. Tesadüfi örnekleme yöntemlerinden biri kullanılmadığı için, örneklem hacmi belirlenirken temel ölçüt, istatistiksel analizler açısından yeterli sayıda katılımcıdan veri toplayabilmek olmuştur. Literatürde çok değişkenli analizlerde örnek hacminin yeterlilik düzeyi olarak 200-500 aralığının ifade edildiği görülmekte; aynı zamanda parametre sayısı ile orantılanan örneklem hacmi belirleme yöntemi ile de karşılaşılmaktadır (Nakip, 2006; Möbius, 2003; Kline, 1998; Loelhin, 1992). Bu çalışmada ulaşılan katılımcı hacmi, her iki açıdan da araştırmanın ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İlk incelemelerde eksik ve yanlış doldurulduğu tespit edilen 26 anket araştırma kapsamına alınmayarak 544 form geçerli görülmüştür. 544 katılımcıdan ise sosyal medya hesabına sahip olan 484 katılımcının cevapları istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Analizlerde SPSS programı kullanılmıştır.

Araştırmada nicel araştırma metotlarından anket yöntemi (yüz yüze) kullanılmıştır. Ankette kullanılan ölçeklerden "Mahremiyet Ölçeği" 31 soru ifadesinden oluşmaktadır ve İsmail Bakan ile Elif Kocagöz tarafından geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler belirlenirken ilgili literatür kapsamlı bir şekilde incelenmiş, nihai şeklini almadan önce uzman görüşleri alınarak ölçek çeşitli pilot uygulamalardan geçirilmiş, geçerlik ve güvenilirliği yüksek ve etik kurul onayı alınmış ölçeğin son hali Bakan ve Kocagöz'ün izniyle ilk defa bu çalışmada kullanılmıştır. Ölçekte, verilen durumların katılımcıları ne kadar rahatsız ettiği incelenmektedir. Örneğin, "Arkadaşlarınızın bilgisayarınızı/dizüstü bilgisayarınızı izinsiz kullanması, Ailenizin size ait fotoğrafları herkese göstermesi, Yurt odanıza/öğrenci evinize/evinize randevulaşmadan, habersiz gelmesi, İnsanların geçmişinize dair bilgilere sahip olması, Bir sohbet, konuşma vb. esnasında sizinle gereğinden uzun göz teması kurulması, Dolabınızın, çekmecenizin içine bakılması, Siz orada yokken odanıza girilmesi, Yanınıza karşı cinsten birinin oturması" gibi. Analizlerde ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0,891 bulunmuştur.

Araştırmada kullanılan dindarlık ölçeği ise Özbek (2012) tarafından geliştirilmiştir, kendisinden kullanım izni alınmıştır. Güvenilirlik ve geçerliliği kanıtlanmış beş farklı ölçekten (Gorsuch ve McPherson, 1989; McDaniel ve Burnett, 1990; Marta, 1999; Plante, Wallaey, Sherman ve Wallston, 2002; Coştu, 2009a; 2009b) 28 madde alınarak oluşturulan bu ölçek, üç farklı analizden geçirilmiş; yazar nihayetinde 11 ifadeden oluşan bir dindarlık ölçeği geliştirmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi yapılan bu yeni ölçeğin, ayrıca güvenilirliği ve geçerliliği de oldukça iyi sonuçlar vermiştir (Bkz. Özbek vd., 2013; Özer vd., 2013; Özbek, 2012). Duygu, davranış ve etki olmak üzere üç boyuttan oluşan ölçeğin tek faktöre bağlı ölçek sorularının faktör yüklerinin ideal sonuçlar vermesi nedeniyle tek boyutlu olarak da kullanılabilmesi belirtilmektedir. Bu çalışmada da, dindarlık ölçeği tek boyut olarak yer almıştır. Likert ölçeğiyle sunulmuş Dindarlık ölçeğinde, "Düzenli bir şekilde ibadet etmenin önemli olduğunu düşünüyorum., Hayatımın her alanında, dini inançlarıma göre yaşamak için

çaba gösteririm. Dinim, hayatımın odak noktasındadır ve hayatıma yön verir.” gibi ifadeler yer almaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri bu çalışmada 0,929 bulunmuştur.

Görsel paylaşımıyla ilgili ölçek ise sosyal medyada hangi tür fotoğrafların paylaşıldığına dair literatürde yer alan bilgilerin gözden geçirilmesiyle ve pilot araştırma yoluyla üniversite öğrencilerinden bilgi toplanarak hazırlanmış, yapılan incelemelerden sonra ölçeğin paylaşılan karelerde kendisinin olduğu ve olmadığı görselleri paylaşma şeklinde iki versiyonda katılımcıya sunulmasına karar verilmiştir. 19 ifade, karede kişinin kendisinin bulunmadığı durumda paylaşım sıklığını incelemektedir. Ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0,895'tir. Bu 19 ifadenin paralelindeki ölçeğe “selfie” paylaşımı ilave edilerek oluşturulan 20 ifade ise karede kişinin kendisinin bulunduğu durumda, ifadelerde yer alan görsel türlerinin katılımcılar tarafından ne sıklıkla paylaşıldığını incelemek üzere belirlenmiştir. Bu ölçeğin Cronbach Alfa değeri ise 0,905'tir. İfadelerde katılımcıların “Evimizin içinde çekilmiş bir fotoğrafı, İçinde ailemin olduğu bir fotoğrafı, Yediğim/içtiğim (yemek, kahve vb.) şeylerin fotoğrafını, Siyasi görüşümü ortaya koyan bir fotoğrafı, Çocuğumun, küçük kardeşimin, küçük yeğenlerimin fotoğrafını, Yeni aldığım bir şeyin fotoğrafını” örneklerindeki gibi tanımlanan çeşitli ifadelerdeki görselleri hangi sıklıkla sosyal medyada paylaştıkları incelenmektedir. Ölçeklerde “Kendi çektiğim bir video” ve “Yapılması mümkün olan mecraalarda (örn. Facebook, Instagram, Youtube vb.) canlı yayın” ifadeleri de yer almaktadır.

#### 4. BULGULAR

##### 4.1. Katılımcılara Dair Temel Bilgiler

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri Tablo 1’de yer almaktadır. Buna göre, 544 katılımcının çoğunluğunun erkeklerden (%52,4) oluştuğu; yarısının 21-24 (%50) yaş aralığında bulunduğu; çoğunluğun İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (%30,8) ve İlahiyat Fakültesi (%27,2) öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. 544 katılımcının 60 tanesinin sosyal medya hesabı olmadığından, ilerleyen kısımlardaki analizler 484 katılımcının verileriyle yapılmıştır.

**Tablo 1.** Katılımcılara Dair Temel Bilgiler

Değişken	Grup	n	%	Değişken	Grup	n	%	
Cinsiyet	Kadın	259	47,6	Aylık Gelir	400 TL ve altı	151	27,8	
	Erkek	285	52,4		401-800	288	52,9	
	<i>Toplam</i>	<i>544</i>	<i>100,0</i>		801-1200	58	10,7	
Yaş	20 ve altı	225	41,4		1201 ve üstü	47	8,6	
	21-24	272	50,0		<i>Toplam</i>	<i>544</i>	<i>100,0</i>	
	25 ve üzeri	47	8,6		Sınıf	Birinci Sınıf	191	35,1
	<i>Toplam</i>	<i>544</i>	<i>100,0</i>			İkinci Sınıf	112	20,6
Fakülte	İ.B.F. F.	168	30,9			Üçüncü Sınıf	97	17,8
	İlahiyat F.	148	27,2			Dördüncü Sınıf	107	19,7
	Mühendislik F.	145	26,7			+(Uzatma)	37	6,8
	GüzelSanatlar F.	83	15,3	<i>Toplam</i>		<i>544</i>	<i>100,0</i>	
	<i>Toplam</i>	<i>544</i>	<i>100,0</i>					



<b>Sosyal Medya Hesap Sahipliği</b>	Var	484					
	Yok	60					
	<i>Toplam</i>	<i>544</i>	<i>100</i>				

Tablo 2 incelendiğinde katılımcılar tarafından en fazla hesap sahipliği bulunan sosyal ağı Instagram (%84) olduğu, en az kullanılan sosyal ağı ise LinkedIn (%6,3) olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bireyler sosyal medya uygulamalarında harcadığı zaman bakımından incelendiğinde ise ayda birkaç kez paylaşım yapanların çoğunlukta (%35,5) olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Sosyal Medya (SM) Hesap Sahipliği, SM’de Geçirilen Süre ve Genel Paylaşım Sıklığı

	Hesap Sahipliği		SM’de Günlük Geçirilen Süre			SM’de Paylaşım Sıklığı		
	n	%		n	%		n	%
Instagram	457	84,0	1 saat (s) ve altı	12	2,2	Her gün	45	8,3
Google+	307	56,4	1 s. 1 dk-2 s.	25	4,6	Haftada birkaç kez	90	16,5
Facebook	279	51,3	2 s. 1 dk-3 s.	125	23,0	Haftada bir	104	19,1
Youtube	254	46,7	3 s.1 dk-4 s.	136	25,0	Ayda birkaç kez	193	35,5
Twitter	231	42,5	4 saat üzeri	186	34,0	Birkaç ayda bir	38	7,0
LinkedIn	34	6,3	<i>Toplam</i>	<i>484</i>	<i>100</i>	Hiç	12	2,2
Diğer	22	4,0				Cevapsız	2	0,4
						<i>Toplam</i>	<i>484</i>	<i>100</i>

Tablo 3’te katılımcıların karede kendilerinin olmadığı ve olduğu görselleri paylaşma sıklıkları gösterilmektedir. Bu tablo, karede katılımcının olmadığı kısımda en sık paylaşılan görsel türünden en az sıklıkla paylaşılan görsel türüne doğru sıralanarak sunulmuştur. Dolayısıyla sıralama sağ tarafta kısmen farklıdır. Tablo 3’e göre katılımcılar, karede kendilerinin bulunmadığı fotoğraf türlerinde kendilerini mutlu eden bir anın, gezdikleri, gördükleri yerlerin ve katıldıkları etkinliklerin fotoğraflarını; karede kendilerinin de bulunduğu fotoğraf türlerinde ise kendilerini mutlu eden bir anın fotoğrafını, selfie’lerini ve gezdikleri gördükleri yerlerin fotoğrafını diğerlerine kıyasla daha sık paylaşmaktadır. Her iki kısımda da en az sıklıkla paylaşılan fotoğraflar, siyasi görüşü ortaya koyan fotoğraflar ve mutsuz bir ândan karelerdir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Görselleri Paylaşma Sıklık Ortalamaları

Karede kendisinin olmadığı		Görseller	Karede kendisinin olduğu	
$\bar{X}$	SS		$\bar{X}$	SS
3,36	1,285	Beni mutlu eden bir anın fotoğrafı	3,55	1,244
3,13	1,213	Gezdiğim, gördüğüm yerlerin fotoğrafı	3,25	1,181
2,90	1,285	Katıldığım bir etkinlikten fotoğrafı	3,10	1,261
2,87	1,290	Doğum günü/nişan/düğün gibi katıldığım özel kutlamalardan bir fotoğrafı	3,07	1,313

2,79	1,241	İçinde arkadaşlarımda bulunduğum bir fotoğrafı	3,23	1,169
2,76	1,273	Çocuğumun, küçük kardeşimin, küçük yeğenlerimin fotoğrafı	2,82	1,263
2,76	1,290	İçinde ailemin bulunduğum bir fotoğrafı	2,97	1,304
2,68	1,295	Gittiğim bir mekandan (restaurant, kafe, otel vb.) fotoğrafı	2,88	1,327
2,68	1,357	Okuduğum bir kitabın fotoğrafı	2,63	1,367
2,54	1,226	Kendi çektiğim bir video	2,52	1,265
2,46	1,190	Evimiz/yurt odam haricinde konakladığım bir yerden fotoğraf (otel, arkadaşımın, akrabamın evi vb.)	2,62	1,205
2,38	1,330	Dini inancımı yansıtan bir fotoğrafı	2,27	1,268
2,32	1,236	Evimizin içinde çekilmiş bir fotoğrafı	2,54	1,251
2,26	1,343	Yediğim/içtiğim (yemek, kahve vb.) şeylerin fotoğrafı	2,25	1,324
2,25	1,322	Yeni aldığım bir şeyin fotoğrafı	2,27	1,320
2,13	1,280	Genel olarak eşyalarımın fotoğrafı	2,15	1,325
2,11	1,258	Yapılması mümkün olan mecraalarda (örn. Facebook, Instagram, Youtube vb.) canlı yayın	2,10	1,243
2,09	1,265	Siyasi görüşümü ortaya koyan bir fotoğrafı	2,10	1,245
1,85	1,235	Mutsuz olduğum bir anın fotoğrafını	1,70	1,096
-	-	Selfie (Özçekim)	3,43	1,284

#### 4.2. Mahremiyet ve Dindarlık Düzeyleri İtibariyle Katılımcıların Görsel Paylaşım Yapma Sıklıkları

Bu kısımdaki analizler için katılımcılar mahremiyet ve dindarlık değişkenleri\*\* açısından ölçek ortalaması baz alınarak mahremiyeti ve dindarlığı yüksek ve düşük olarak gruplandırılmıştır. Öncelikle, mahremiyet değişkeni itibariyle katılımcıların hem içinde kendilerinin bulunduğu görselleri, hem de bulunmadıkları görselleri paylaşma sıklıkları açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların kendisinin karede bulunmadığı görsel paylaşımında bulunma sıklıklarının, mahremiyet düzeylerinin düşük veya yüksek olması durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmadığı görülmektedir ( $t=-,540$ ,  $p>0,05$ ). Dolayısıyla H1 hipotezi reddedilmiştir. Her iki grup da ilgili görselleri 2,53 ve 2,56 sıklığında (nadiren ve bazen aralığında) paylaştıklarını ifade etmektedirler.

**Tablo 4.** Mahremiyet ve Görsel Paylaşım Davranışı (Karede Kendisinin Olmadığı)

Mahremiyet	n	$\bar{X}$	SS	t-test		
				T	D	P
Düşük	219	2,53	,753	-540	82	,589
Yüksek	265	2,56	,746			

$p>,05$

\*\*Not: Mahremiyet ve dindarlık arasında pozitif ancak zayıf bir korelasyon olduğu görülmüştür ( $r=0,219$ ,  $p=0,000$ ).

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların kendilerinin karede bulunduğu görselleri paylaşma sıklıklarının da, mahremiyet itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir ( $t=-,531$ ,  $p>0,05$ ). H2 hipotezi de reddedilmiştir. Her iki grup da ilgili görselleri 2,66 ve 2,69 sıklığında (nadiren ve bazen aralığında) paylaştıklarını ifade etmektedirler.

**Tablo 5.** Mahremiyet ve Görsel Paylaşım Davranışı (Karede Kendisinin Olduğu)

Mahremiyet	n	$\bar{X}$	SS	t-test		
				T	D	P
Düşük	276	2,66	,718	-,531	82	,596
Yüksek	208	2,69	,801			

$p>,05$

Dindarlık değişkeni itibariyle de katılımcıların hem karede kendilerinin bulunduğu görselleri, hem de bulunmadıkları görselleri paylaşma sıklıkları açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Dindarlık verileri normal dağılım göstermediği için Mann Whitney-U testi yapılmıştır. Tablo 6'da da görüldüğü üzere, katılımcıların kendilerinin karede yer almadığı görselleri paylaşma sıklıklarının, dindarlık değişkeni itibariyle anlamlı olarak farklılaşmadığı saptanmıştır ( $u=27680$ ;  $p>0,05$ ). H3 hipotezi reddedilmiştir. Dindarlık skoru yüksek olan grubun görsel paylaşımında bulunma sıklık ortalaması 2,58 iken, dindarlık skoru düşük olan grubun ortalaması 2,50 olarak bulunmuştur. Her iki grup da ilgili görselleri nadiren-bazen aralığında paylaştıklarını ifade etmektedirler.

**Tablo 6.** Dindarlık ve Görsel Paylaşım Davranışı (Karede Kendisinin Olmadığı)

Dindarlık	n	Sıra t.	Sıra o.	U	Z	P
Düşük	219	74418,00	287,33	27680,0	-,874	,382
Yüksek	265	73822,00	259,02			

$p>,05$

Tablo 7'de görüldüğü üzere katılımcıların kendilerinin karede bulunduğu görselleri paylaşma sıklıklarının da, dindarlık değişkeni itibariyle anlamlı olarak farklılaşmadığı saptanmıştır ( $u=26260,5$ ;  $p>0,05$ ). H4 hipotezi reddedilmiştir. Dindarlık skoru yüksek olan grubun görsel paylaşımında bulunma sıklık ortalaması 2,73 iken, dindarlık skoru düşük olan grubun ortalaması 2,60 olarak bulunmuştur. Her iki grup da ilgili görselleri nadiren-bazen aralığında paylaştıklarını ifade etmektedirler.

**Tablo 7.** Dindarlık ve Görsel Paylaşım Davranışı (Karede Kendisinin Olduğu)

Dindarlık	n	Sıra t.	Sıra o.	U	Z	P
Düşük	219	74418,00	287,33	26260,5	-1,801	,072
Yüksek	265	73822,00	259,02			

$p>,05$

#### 4.3. Hesapların Erişime Açıklık Durumu İtibariyle Mahremiyet ve Dindarlık

Çalışmada katılımcıların hesaplarının erişime açıklık durumları itibariyle de inceleme yapılmıştır. Araştırmanın 455 katılımcısı Instagram hesabına sahiptir. Tablo 8’de Instagram hesaplarının erişime açıklık durumu itibariyle oluşturulan gruplara ilişkin analiz sonuçları, grupların mahremiyet ortalamaları ile birlikte sunulmuştur. Buna göre, hesapları sadece arkadaş/takipçi çevresine açık olanların mahremiyet skorlarının (2,88), hesapları herkesin erişimine açık olan gruptan (2,72) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmüştür. H5 hipotezi kabul edilmiştir. Benzer şekilde Tablo 9 incelendiğinde, Instagram hesapları sadece arkadaş/takipçi çevresine açık olanların dindarlık skorlarının da (3,93) hesapları herkesin erişimine açık olan gruptan (3,69) anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmüştür. H6 hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.** Instagram Hesaplarının Erişime Açıklık Durumu ve Mahremiyet

Erişime Açıklık Durumu	n	$\bar{X}$	SS	t-test		
				t	Sd	P
Herkese açık	89	2,72	,616	-2,029	453	,043*
Sadece Arkadaş/Takipçi çevresine açık	366	2,88	,691			

p<,05

**Tablo 9.** Instagram Hesaplarının Erişime Açıklık Durumu ve Dindarlık

Erişime Açıklık Durumu	n	$\bar{X}$	Sıra t.	Sıra o.	U	Z	P
Herkese Açık	89	3,69	17475,50	196,35	3470,500	-2,534	,011*
Sadece Arkadaş/Takipçi çevresine açık	366	3,93	86264,50	235,70			

p<,05

Araştırma katılımcılarının 281 tanesi Facebook hesabı olduğunu beyan etmiştir. Tablo 10’da Facebook hesaplarının erişime açıklık durumu itibariyle oluşturulan gruplara ilişkin analiz sonuçları, grupların mahremiyet ortalamaları ile birlikte sunulmuştur. Buna göre, hesapları sadece arkadaş/takipçi çevresine açık olanların mahremiyet skorlarının (2,85) hesapları herkesin erişimine açık olan gruptan (2,70) anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. H7 hipotezi reddedilmiştir. Tablo 11’de ise, hesapları sadece arkadaş/takipçi çevresine açık olanların dindarlık skorlarının (4,04) hesapları herkesin erişimine açık olan gruba (3,73) kıyasla anlamlı bir şekilde yüksek olduğu görülmüştür. H8 hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 10.** Facebook Hesaplarının Erişime Açıklık Durumu ve Mahremiyet

Erişime Açıklık Durumu	n	$\bar{X}$	SS	t-test		
				T	Sd	P
Herkese açık	94	2,70	,660	-1,719	279	,087
Arkadaş çevresine açık	187	2,85	,700			

p>,05

**Tablo 11.** Facebook Hesaplarının Erişime Açıklık Durumu ve Dindarlık

Erişime Açıklık Durumu	N	$\bar{X}$	Sıra t.	Sıra o.	U	Z	P
Herkese Açık	94	3,73	11196,00	119,11	6731,000	-3,205	,001*
Sadece Arkadaş/Takipçi çevresine açık	187	4,04	28425,00	152,01			

p<,05

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, tüketici davranışlarını etkileyen birer faktör olarak mahremiyet ve dindarlık perspektifinden sosyal medyada görsel paylaşım davranışını incelemektir. KSÜ'nin dört farklı fakültesinde okuyan lisans öğrencileriyle kolayda örnekleme yoluyla yapılan araştırmanın sonucunda, katılımcıların hem karede kendilerinin bulunmadığı hem de buldukları görselleri paylaşma sıklıklarının hem mahremiyet hem de dindarlık bazında oluşturulan gruplar itibarıyla anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Tüm analizlerde paylaşım sıklığı açısından nadiren ve bazen aralığına tekabül eden ortalama değerler gözlenmiştir.

Her ne kadar tüm gruplarda paylaşım sıklığının yüksek olmadığı gözlenirse de, gruplar arasında farklılığa rastlanmamış olması dikkat çekicidir. Araştırma sonucunda mahremiyeti ve dindarlığı yüksek bireylerin düşük olan bireylere kıyasla, sadece kendilerini, yakın çevrelerini ve kişisel deneyim ve duygularını yansıtacak şekilde hazırlanmış olan ifadelerdeki görselleri paylaşma davranışlarının farklılaşacağı beklenebilirdi. Türk toplumunda yürütülen bir çalışmada gelenek-görenekler gibi kültürel olarak da, mensubu olunan inanç sistemi itibarıyla de burada bir farklılaşma gözlemlenebilir mi sorusunun teoride elbette bir karşılığı vardır. Ancak güncel çalışmalarda, örneğin dijital çağ ile birlikte mahrem kümelerin sınırlarının yeniden çizildiği ve bireylerin mahrem alanlarının giderek daraldığı belirtilmekte; sosyal medya platformları ile birlikte mahremiyetin geleneksel anlamından uzaklaştığı, geleneksel olarak mahrem olan unsurların sosyal medya üzerinden paylaşıldığı, dolayısıyla da kişinin mahrem alanının daraldığı, mahremiyetin ise sınırlarının genişleyerek kamusal alana taşıdığı gibi çeşitli yorumlarla karşılaşılmaktadır (Kocagöz, 2019; Göçmen, 2018; Gökçen, 2018; Budak 2018; Çağan, 2018; Çakır, 2017). Bu yorumlar, farklılaşma olup olmadığı yönündeki bir akademik arayışa elbette ışık tutabilmektedir. Ancak mahremiyet, dindarlık ve sosyal medyada sergilenen davranış gibi konuları karmaşık bir mekanizma olarak görüp, bu sorunun, bu çalışmada çıkan sonuçla birlikte, izleyen

araştırmalar tarafından yeniden ortaya atılmasının akademiye katkıda bulunacağına inanılmaktadır.

Yukarıdaki çerçevenin haricinde bu çalışmanın bulguları arasında yer alan bir hususun izleyen araştırmalar için dikkate alınması gerektiği düşünölmektedir. Çünkü, gruplar arasında farklılık görölmemiş olmasının, yani bir anlamda benzerliğin, bu araştırma kapsamında kısmî bir açıklamasını yapmak mümkündür: Katılımcıların sosyal medya hesaplarına dış dünyadan erişime dair yaptıkları ayarlar (kısıtlamalar). Hesaplara erişim kısıtlamaları yoluyla bireyler mahremiyetlerine ilişkin kendi kişisel tercih alanlarını/sınırlarını oluşturduklarından, buradan bazı yeni sorular doğmaktadır. Örneğin, mahremiyeti yüksek bir birey, kendisine erişime izin verdiği kişilerle arasındaki iletişimi, sadece onların görebildiği içerikleri paylaşması, onlarla hayatının çeşitli detaylarını paylaşması vb. açılardan nasıl bir mahremiyet değerlendirmesine tabii tutulmalıdır? Bu bireyin ilgili davranışından yola çıkılarak, mahremiyet ile davranış arasında bir çelişki olduğu iddia edilebilir mi? Bu gibi sorular, mahremiyet kavramının hangi çerçevede ele alındığının önemini pekiştirmektedir. Bireyin kendisine erişimi seçici denetim altına alması olarak değerlendirilen bir mahremiyet olgusundan ya da kültür, gelenek, görenek veya inanç sistemiyle normatif ilişkilendirilmiş bir mahremiyet olgusundan yola çıkarak yapılacak değerlendirmeler arasında hiç kuşkusuz farklılık göröülecektir. Dolayısıyla, izleyen çalışmalar açısından “erişime izin verme” mekanizmasının mahremiyet ve sosyal medya davranışı araştırmalarında dikkat edilmesi gereken bir konu olduğu düşünölmektedir.

Bu çalışmanın önemli kısıtlarından biri, hem mahremiyet hem de dindarlık açısından, görsel paylaşım ölçeğinde yer alan görsel türlerinin paylaşılmasının bireyler tarafından mahrem görölüp görölmediğinin araştırma kapsamı dışında bırakılması olmasıdır. Çalışmanın hacmi itibariyle anket büyüklüğu gözönünde bulundurularak, verilerin sağlıklı toplanabilmesi açısından bu konu incelenememiştir. Ancak böyle bir incelemeyle yapılacak bir değerlendirme, konunun tartışılmasına ve değerlendirilmesine katkıda bulunacaktır. Örneğin, varsayım olarak kişinin mahremiyet skoru yüksek olabilir ve buna rağmen görsel paylaşıyordu, çünkü paylaştığu görselleri mahrem dış dünyaya açılması çerçevesinde görmüyordu. Ya da dindardır, görsel paylaşıyordu ve paylaştığu görsellerin inancına ters düşmediği görüşündedir. Bu durumda mahremiyet, dindarlık ve görsel paylaşım davranışı üçlüsünü, kişinin davranışı nasıl değerlendirdiği perspektifinden de ele alma ihtiyacı doğmaktadır. Bu doğrultuda yürütölecek bir araştırmanın sosyo-költürel çerçevede oldukça değerli olacağı düşünölmektedir. Ayrıca, çalışmada mahremiyetin dindarlıkla zayıf bir korelasyona sahip olduğunun bulunduğunu da belirtmek gerekir. Bu zayıf korelasyon ise, mahremiyet kavramına költürel, dinî, geleneksel vb. bir olgu olarak mı yoksa kişisel bir tercih olarak mı yaklaşılması gerektiğine dair sorunun yeniden ortaya koyulmasına neden olmaktadır. Bu konuda da farklı disiplinlerden yapılacak açıklayıcı araştırmalara ihtiyaç vardır.

Bu çalışmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme kullanıldığını da belirtmek gerekir. Bu nedenle, sonuçların ne KSÜ öğrencilerine ne de genel olarak gençlere genellenemeyeceğini ifade etmek gerekir. Ayrıca, izleyen

çalışmalarda, farklı demografik özelliklere sahip olan kesimlerle yürütülecek araştırmalar yoluyla karşılaştırma analizlerin daha kapsamlı değerlendirmelere olanak sağlayacağı düşünölmektedir. Farklı jenerasyonların mahrem algıları da dijital tecrübeleri de farklılaşabileceğinden yaş itibariyle farklı gruplarda farklı sonuçların ortaya çıkması muhtemeldir. Bir diğer konu, çalışmada görsel paylaşım davranışının odağında fotoğrafların bulunmasıdır. Her ne kadar görsel paylaşım ölçeğinde video paylaşma ve canlı yayın yapma konularına değinilmiş olsa da, spesifik olarak bu davranışlar ayrıca incelenmemiştir. Oysa, sosyal medyada video paylaşmak ve canlı yayın yapmak gibi davranışların, iletişim açasından fotoğraf paylaşmaktan farklı olarak ele alınması gerektiği düşünölmektedir. Dolayısıyla, izleyen araştırmalarda kapsam oluşturulurken, bu konu da dikkate alınabilir. Yöntem itibariyle belirtilmesi gereken hususlardan biri de, ilgili davranışı incelemek üzere kullanılan ölçekteki ölçme düzeyleriyle ilgilidir. Bazen, sık sık, her zaman gibi düzeylerin değerlendirilmesinin bireyden bireye farklılık gösterebileceğini gözardı etmemek gerekir. İzleyen çalışmalarda, katılımcıların görsel paylaşım durumunu rakamsal olarak doğrudan ölçebilecek şekilde bir araştırma tasarımı, görecelilik sorununu ortadan kaldıracabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Acılar, Ali ve Mersin, Sevinç (2015), “**Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı İle Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki**”, *Electronic Journal of Sciences*, Cilt:14, Sayı:54, ss.103-114.
- Agarwala, Ridhi, Mishra, Prashant and Singh Ramendra (2018), “**Religiosity and Consumer Behavior: A Summarizing Review**”, *Journal of Managemet, Spirituality & Religion*, Volume:16, Issue:17, pp.1-23.
- Aktaş, Ayşe, S. (2017), “**Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Kullanım Davranışları ile Yalnızlık Düzeyi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi**”, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Akpınar, M. Raşit (2017), “**İslam Hukuku Açısından Sosyal Medya**”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:28, ss.493-509.
- Altan, Hayriyem, Z. (2015), “**Sosyal Medyanın Kullanımlar ve Doyumlar Haritası: Youtube, Facebook ve Twitter**”, “Sosyalleşen Olgular” Sosyal Medya Araştırmaları 2 (Ed: Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık), Çizgi Kitabevi Yayınları, Ankara, ss.77-116.
- Altman, Irwin (1975), “**The Environmental and Social Behavior; Privacy, Personal Space, Territory, Crowding**”, Brooks/Cole, Monterey.
- Arslan, Ali ve Çaylak, Melek (2018), “**Tesettür Giyimi Etkileyen Tüketim Kültürü Faktörleri Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma**”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt:13, Sayı:1, ss. 41-70.
- Ayaz, Orhan (2015), “**Sosyal Medyanın Ergenlerin Dini Sosyalleşmesine Etkileri (Sakarya/Akyazı Örneği)**”, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Berkin, Anıl (2018), “**Cross-National Examination of Cultural Values, Belief Systems and Sustainable Consumer Attitues and Behaviours**”, Middle East Technical University, Doctoral Dissertation, Ankara.
- Bodur, Hüsnü ve Korkmaz, Sezai (2017), “**İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi**”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:15, Sayı:30, ss.329-351.
- Budak, Hatice (2018), “**Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni**”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1, ss.146-170.
- Certel, Hüseyin (2014), “**Din Psikolojisi**”, Berikan Yayınevi, Ankara.
- Civelekoğlu, Fatih Reşit (2014), “**Selfie**”, *digitalage.com.tr*, Ekim Sayısı.
- Coştu, Yakup (2009a), “**Dine Normatif ve Popüler Yaklaşım ‘Bir Dini Yönelim Ölçeği denemesi’**”, Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:8, Sayı:15, ss.119-139.
- Coştu, Yakup (2009b), “**Toplumsallaşma Sürecinde Dindarlığı Etkileyen Faktörler, Samsun Örneği**”, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Çağan, Kenan (2018), “**Postmodern Toplumda Mahremiyetin Dönüşümü**”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Cilt:6, Sayı:11, ss.27-57.



- Çakır, Mukadder (2017), **“Sosyal Medya ve Gösteri”**, Sosyalleşen Birey” Sosyal Medya Araştırmaları 1 (Ed: Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık), Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, ss.11-68.
- Çakmak, Veysel ve Baş, Ümmügül (2007), **“Benlik Sunum Aracı Instagram Kullanımı: Öğrenciler Üzerine Nitel Bir Araştırma”**, Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi”, Sayı:17, ss.96-118.
- Çubukçuoğlu, Mehmet, E. ve Haşiloğlu, Selçuk, B. (2012), **“Dindarlık Olgusunun Satınalma Davranışı Faktörleri Üzerinde Etkisi”**, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, Cilt:4, Sayı:1, ss.1-18.
- Delener, Nejdet (1990), **“The Effect of Religious Factors on Perceived Risk in Durable Goods Purchase Decision”**, Journal of Consumer Marketing, Volume:7, Issue:3, pp.27-38.
- Demir, Talip (2016), **“Postmodern Perspektiften Popüler Kültür ve Dindarlığın Yeni Formları”**, Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:7, Sayı:15, ss.117-133.
- Demirzen, İsmail (2010), **“Tüketim Toplumunun Oluşumu ve Din İle Etkileşimi?”**, Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, Cilt:10, Sayı:3, ss.97-109.
- Ekşi, Halil ve Çiftçi, Muhammed (2017), **“Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanım Durumlarının Dinı İnanç ve Ahlaki Olgunluk Düzeylerine Göre Yordanması”**, The Turkish Journal on Addictions, Cilt:4, Sayı:2, ss.181-206.
- Erkol, Mehmet (2004), **“Din-Dindarlık Kavramları ve Sosyolojik Bir Yöntem Olarak Dindarlık Ölçekleri”**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Esen, Arzu (2018), **“Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası: Namık kemal Üniversitesi Akademisyenleri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma”**, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- Essoo, Nittin and Dibb, Sally (2004), **“Religions Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study”**, Journal of Marketing Management, Volume:20, pp.683-712.
- Gorsuch, Richard L. and McPherson, Susan, E. (1989), **“Intrinsic/Extrinsic Measurement: I/E Revised and Single-Item Scales”**, Journal for the Scientific Study of Religion, Volume:28, Issue:3, pp.348-354.
- Göçmen, Tuba, L. (2018), **“Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri”**, Konya Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Gökçen, Ahmet (2018), **“Homo-Screenus: Bir Teşhirci Olarak Sosyal Medya Kullanıcısı”**, Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi, Cilt:6, Sayı:11, ss.177-196.
- İnce, Abdullah (2018), **“Tüketim Dinamikleri Ölçeği: Kurumsal Din Eğitimi Almış Bireylerde Tüketim Eğilimleri”**, Cumhuriyet İlahiyat Dergisi, Cilt:22, Sayı:1, ss.63-92.
- Kaplan, İsmail (2017), **“Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı”**, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Kırcova, İbrahim ve Enginkaya, Ebru (2015), **“Sosyal Medya Pazarlama”**, Beta Basım, İstanbul.

- Kline, Rex, B. (1998), **"Principles and Practice of Structural Equation Modeling"**, NY: Guilford Press.
- Kocagöz, Elif (2019) **"Dijital Dönüşüm: Kavramsal Bir İnceleme, Birlikte İlerleme, Ekosistemleşme ve Anlamlar"**, Dijital Dönüşüm Ekseninde İşletme Uygulamaları (Ed: Muazzez Babacan), Detay Yayıncılık, Ankara, ss.3-42.
- Kuyucu, Michael (2015), **"Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye'deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı"**, "Sosyalleşen Olgular" Sosyal Medya Araştırmaları 2 (Ed: Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık), Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya, ss.21-54.
- Loelhin, John, C. (1992), **"Latent Variable Models; An Introduction to Factor, Path and Structural Analysis"**, Second Edition, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Marta, Janet (1999), **"An Empirical Investigation into Significant Factors of Moral Reasoning and Their Influences on Ethical Judgment and Intentions"**, Old Dominion University, Department of Marketing, Doctoral Dissertation.
- Margulis, Stephen, T. (2011), **"Three Theories of Privacy: An Overview"**, Privacy Online (Ed: Sabine Trepte and Leonard Reinecke L.), Springer, Hamburg.
- Mathras, Daniele, Cohen, Adam, Mondel, Naomi and Mick, David, G. (2016), **"The Effects of Religion on Consumer Behavior: A Conceptual Framework and Research Agenda"**, Journal of Consumer Psychology, Volume:26, Issue:2, pp.298-311.
- McDaniel, Stephen, W. and Burnett, John, J. (1990), **"Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria"**, Journal of the Academy of Marketing Science, Volume:18, Issue:2, pp.101-112.
- Minkler, Lanse and Cosgel, Metin, M. (2004), **"Religious Identity and Consumption"**, Department of Economics Working Paper Series, Volume:3, pp.1-16.
- Mokhlis, Safiek (2009), **"Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research"**, International Business Research, Volume:2, Issue:3, pp.75.
- Möbius, Michael (2003), **"The Use of Parcelling in Statistical Analyses-A Research Example"**, 2nd. European Conference on Research Methodology for Business and Management, Proceedings, pp.247-256.
- Nakip, Mahir (2006), **"Pazarlama Araştırmaları"**, Teknikler ve SPSS Destekli Uygulamalar, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Oyman, Nihat (2016), **"Sosyal Medya Dindarlığı"**, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı:28, ss.126-167.
- Özbek, Volkan (2012). **"Bireysel Belirleyicilerin Algılanan Etik Problem ve Etik Niyetler Üzerindeki Etkisi"**, Küçük İşletmelerde Bir Uygulama, Gebze Yüksek Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Gebze.
- Özer, Gökhan, Özbek, Volkan, Elçi, Meral ve Aydın, Kenan (2013), **"Concurrent Validity of Different Religiosity Scales Used in Researches of Marketing Ethics and a Proposal for a New Religiosity Scale"**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:13, Sayı:4, ss.15-28.
- Özbek, Volkan, Özer, Gökhan ve Aydın, Kenan (2013), **"İşletme Öğrencilerinin Dindarlık Düzeyleri ve Etik Niyetlerinin Pazarlama Etiği Bağlamında"**

- Değerlendirilmesi**”, Business and Economics Research Journal, Cilt:4, Sayı:3, ss.111-129.
- Peker, Hüseyin (2016), “**Din Psikolojisi**”, Çamlıca Yayınları, İstanbul.
- Plante, Thomas, G., Vallaeys, Charlotte, L., Sherman, Allen, C. and Wallston, Kenneth, A. (2002), “**The Development of a Brief Version of the Santa Clara Strength of Religious Faith Questionnaire**”, Pastoral Psychology, Volume:50, Issue:5, pp.359-368.
- Saraç, Semanur (2015), “**The Construction of Material and Visual Culture for the Changing Muslim Female Portrait in 2000s, The Case of Islamic Fashion Magazines and a Visually- Based Social Media Network**”, İstanbul Bilgi University, Master Thesis, İstanbul.
- Sarı, Özlem (2012), “**Türkiye’de Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı ve Kimlik İnşası Üzerine Bir Çalışma**”, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Seyfi, Murat ve Çerçi, Merve (2017), “**Üniversite Öğrencilerinde Dinin Etkisi İle Tüketici Karar Verme Davranışları Arasındaki İlişki**”, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:4, Sayı:2, ss.185-200.
- Seyidov, İlgar (2013), “**Tüketici Davranışları ve İslami Bağlılık**”, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Sungur, Erol (2014), “**Postmodern Tüketim Kültürü ve Değişen Müslüman Kimliği**”, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı:5, ss.131-165.
- Tiltay, Muhammed, A. ve Torlak, Ömer (2011), “**Materyalist Eğilim, Dini Değerler, Marka Bağlılığı ve Tüketici Ahlakı Arasındaki İlişkiler**”, İş Ahlakı Dergisi, Cilt:4, Sayı:7, ss.93-130.
- Turan, Yahya (2015), “**İletişim Araçlarının Mahremiyet Algısını Şekillendirmedeki Rolü**”, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu II (Ed: Y. ÜNAL, Y. B. Gündoğdu, Şevket Pekdemir ve Hasan Atsız), Ordu İlahiyat Vakfı Yayınları, Ordu, ss.11-33.
- Vitell, Scott, J., Singhapakdi, Anuson and Thomas, James (2001), “**Consumer Ethics: An Application and Empirical Testing of the Hunt-Vitell Theory of Ethics**”, The Journal of Consumer Marketing, Volume:2, Issue:18, pp.153-178.
- We Are Social ve Hootsuite (2020), “**Digital 2020: Global Overview Report**”, Erişim adresi: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>, Erişim Tarihi: 15.02.2020.
- Yeniçikti, Nagihan, T. (2017), “**Sosyal Medya Facebook ve Twitter Motivasyonları**”, Literatürk Academia Yayınevi, Konya.
- Yıldız, Muhammed (2017), “**Postmodern İletişim Süreçleri ve Sanal Şöhret**”, Middle Black Sea Journal of Communication Studies, Cilt:2, Sayı:1, ss.16-23.

---

## TÜRKİYE EKONOMİSİNDE ULUSLARARASI GÖÇÜN İŞSİZLİK VE EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNE ETKİSİ: EKONOMETRİK BİR ANALİZ

**Cem ENGİN**

Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü  
e-posta: cemenginn@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-4812-6887

**Tuğba KONUK**

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü  
e-posta: yilmaz-tuba@outlook.com  
ORCID:0000-0002-7381-4131

---

### Öz

Göç insanların coğrafi olarak yer değiştirmesi şeklinde tanımlanabilmektedir. Ekonomik, sosyal ve siyasal olarak karmaşık bir yapıya sahip olan göç olgusu birçok ekonomik değişken üzerinde etkiler meydana getirmektedir. İşsizlik ve ekonomik büyüme de uluslararası göçün etkilediği temel makroekonomik göstergelerdendir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı uluslararası göçün Türkiye ekonomisinde işsizlik ve ekonomik büyüme üzerine nasıl bir etki yarattığını 1995-2019 dönemi verilerini kullanarak araştırmaktır. Çalışmada bu amaç doğrultusunda değişkenler arası ilişkiyi tespit edebilmek için ADF Birim Kök Testi ve Johansen Eş Bütünleşme Analizi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlarda uzun dönemli değişkenler arası ilişki bulunmuştur. Göç oranındaki artışlar hem işsizliği hem de ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Göç, İşsizlik, Ekonomik Büyüme, Johansen Eşbütünleşme.

### THE EFFECT OF INTERNATIONAL MIGRATION ON UNEMPLOYMENT AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY: AN ECONOMETRIC ANALYSIS

#### Abstract

Immigration is defined as the move of people geographically. The immigration phenomenon that has economically, socially and politically complicated structure influences many economic variables. Unemployment and economic growth are among the major macroeconomic indicators that influenced by the international migration. Hence, the purpose of this study is to research the effect of the international migration on unemployment and economic growth in Turkey in the period of 1995-2019. ADF Unit Root Test and Johansen Cointegration Analysis are used to determine the relation

between the variables. Results show long term relation between the variables. The increase in the migration rate affect both unemployment and economic growth positively.

**Keywords:** Immigration, Unemployment, Economic Growth, Johansen Cointegration.

## 1. GİRİŞ

İnsanlık tarih boyunca devamlı bir hareketlilik içindedir. Küreselleşme sürecinin başlamasıyla birlikte hem göç veren hem de göç alan ülkeler açısından göç kavramı ön plana çıkan konular arasında yer almıştır. Siyasal, ekonomik ve sosyal olarak farklı anlamlar ifade eden göç kavramı dünya gündeminde de sürekli tartışılan konular arasında yer almaktadır.

Genellikle göç, kişilerin bir coğrafi konumdan başka bir coğrafi konuma doğru yer değiştirmesidir. Göç, kişilerin büyük bir kısmı için daha iyi koşullarda yaşamlarını idame etme fırsatı olarak görülürken, bazıları için ise siyasi ya da toplumsal sorunlardan dolayı sadece yaşama hakkına sahip olabilmek için gerçekleştirdikleri, ülkelerini vatanlarını zorunlu olarak terk etmek zorunda kaldıkları bir eylemdir.

Türkiye sahip olduğu jeopolitik özelliklerden dolayı göçmenler için fırsat olarak değerlendirilmektedir. Son 20 yıla bakıldığında Türkiye'nin göç yapısını düzenli-düzensiz göç edenler, mülteciler, geçici olarak koruma altında olan yabancı uyruklu insanlar oluşturmaktadır. 2011 yılı itibarıyla Suriye'de yaşanan iç savaşın etkisiyle Türkiye Dünya genelinde en çok Suriyeli göçmen kabul eden ülke konumundadır. Dolayısıyla Türkiye göçmenler açısından hem Avrupa'ya geçiş yapmak isteyenler için bir köprü, hem de burada yaşamak isteyenler için bir cazibe merkezidir (Türkcan, 2017:771).

İşsizlik ve ekonomik büyüme Dünya genelinde ekonomik ve sosyal boyutu farklılıklar arz eden ekonomik göstergelerdendir. Bu göstergeler birçok makro ekonomik değişkenle ilişki içerisindedir. Göç ise literatürde genellikle teorik olarak incelenen fakat ampirik olarak eksiklikleri bulunan bir konudur. Uluslararası göç birçok makroekonomik değişken üzerinde etki yaratmaktadır. Bu bağlamda biz çalışmamızda uluslararası göçün işsizlik ile ekonomik büyüme üzerine etkisini ampirik olarak ele alacağız. Bu değişkenler arasında ilişkinin yönü derecesi ülkeleri ekonomik açıdan etkileyebilmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Uluslararası Göç Türleri

İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana gündemde olan göçün sosyal bilimler açısından bu kadar ön plana çıkması ilk olarak 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan sanayileşme toplumlarının hızlı kültürel ve sosyoekonomik değişim yaşadıkları küreselleşmenin başlangıç dönemine dayanmaktadır.

Göç, demografik, ekonomik, siyasi, psikolojik, antropolojik ve sosyolojik etkilerinin olması nedeniyle çok yönlüdür. Kişilerin yaşama hakkını sağlayabilme ve ya en temel ihtiyaçlarını karşılayabilme, daha iyi yaşam koşullarına sahip olma isteği nedeniyle

yapılan yer değiştirme hareketi göç olarak tanımlanabilir. Tarih boyunca kişiler ve toplumlar inanç farklılıkları, savaşlar, doğal afetler, siyasal ve ekonomik sebepler ile yaşadıkları yerleri terk etmek zorunda kalmışlardır.

Uluslararası göç türlerini nitelik, içerik ya da kapsam açısından sınıflandırmak mümkündür. Burada zorunlu göç, gönüllü göç, mülteci göçü, işgücü göçü, geçici göç, kalıcı göç, beyin göçü, düzenli göç, düzensiz göç şeklinde ayırım yapılabilir.

**Zorunlu göç:** Göç kavramı genelde bireylerin istekleriyle gerçekleşmektedir. Fakat insanlar kendi istekleri dışında da göç etmek zorunda kalmışlardır. Burada en önemli nedenlerden biri savaşlar olmuştur. Zorunlu nedenlerle ülke dışına çıkmak zorunda kalan kişilere mülteci ismi verilirken, ülke sınırlarını aşamayan kişiler yerinden edilmiş nüfus olarak ifade edilebilir (Çakı, 2018:19) . İklim değişikliği, kuraklık, kaynak yetersizliği, açlık zorunlu göçe neden olan faktörlerdir. Ayrıca sömürgecilik, kölelik, ülke içi savaşlar ve kaoslar da zorunlu göç nedenleri arasında yer almaktadır (Kara, 2015:26).

**Gönüllü göç:** Gönüllü göçü diğer göç türlerinden ayıran en önemli faktör göç etme kararını bireylerin kendilerinin vermesidir. Burada daha iyi yaşam sürmek ön planda olsa da bazen kişiler macera aramak ya da değişik yer ve kültürde yaşama isteğiyle de göç edebilmektedirler (Kara, 2018:27). Gönüllü göçün gerçekleşmesinde bireylerin daha iyi koşullarda yaşama isteği, daha iyi hayat standardına sahip olma arzusu vardır (Sayın vd., 2016:3).

**Mülteci göçü:** "Uluslararası hukukta "mülteci" kavramı, vatandaşı olduğu ülke dışında olan ve "ırkı, dini, tabiiyeti, belirli bir sosyal gruba mensubiyeti veya siyasal düşüncesi nedeniyle zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu" için vatandaşı olduğu ülkeye dönemeyen veya dönmek istemeyen kişileri ifade etmektedir" (Doğan,2017:317).

**İşgücü göçü:** İnsanların bir ülkeden farklı bir ülkeye göç etmesinin birçok nedeni olmasına karşılık en önemli nedenlerden biri ekonomidir. Kişiler daha iyi bir hayata kavuşmak daha iyi bir iş bulmak daha genel bir ifadeyle refah düzeyini artırmak için göç ederler. İşte bu noktada işgücü göçü gerçekleşmektedir. Daha iyi iş imkânları ve hayat kalitesinin artabileceği düşüncesi insanları iş gücü göçüne doğru yönlendirmektedir (Fichter, 1994:155-156).

**Geçici göç:** Genellikle kalıcı olması amaçlanmayan geçici bir süreliğine belirli bir ülkeye gerçekleştirilen göçe geçici göç denir. Bu göç daha çok turizm ya da eğitim amaçlı bazen de dini kültürel ziyaretler şeklindedir (Nakhoul, 2014:9).

**Kalıcı göç:** Göç ettikleri ülkelerde önemli kısıtlamalar olmadan bu ülkelerde sürekli oturma ve çalışma izni alan kişiler kalıcı göçmen olarak tanımlanabilir. Bu tür göçmenler bu ülkelerde işlerini kaybedip işsiz kalsalar bile ülkeyi terk etmek zorunda değillerdir. Belirli bir süre sonra bazı kriterleri (konut ve çalışmayla ilgili) yerine getirdikten sonra ailelerini de göç ettikleri ülkeye alabilirler. Kalıcı göçte göç alan

ülkede sürekli olarak ikamet etme isteği sınır geçişlerindeki zorluktan ve geçişlerin maliyetinden kaynaklanmaktadır (Nakhoul, 2014:10).

**Beyin göçü:** 'Beyin göçü, iyi eğitim görmüş, düşünen, üreten, kalifiye iş gücünün araştırma yapmak veya çalışmak amacıyla en verimli oldukları dönemde bir başka ülkeye gidip geri dönmemeleri durumudur' (Bakırtaş, 2010:962).

**Düzenli ve düzensiz göç:** Uluslararası göç akımları yasal açıdan incelendiğinde düzenli ve düzensiz olarak ikiye ayrılmaktadır. Yasal çerçevede gerçekleşen göç düzenli göçtür. Başka bir deyişle, kişi tarafından yapılan göç başvurusunun hedef ülkenin kabulü ile yapılabileceği gibi bazı durumlarda da ülkelerin işgücü ve nüfus durumunu göz önünde bulundurarak yaptıkları talepler doğrultusunda da gerçekleşen uluslararası göçtür.

Düzensiz göç ise, göç ettiği ülkeye o ülkenin yasalarını ihlal ederek giriş yapan, ülkede kalmak için yasal hakkı bulunmayan, ülkenin yasalarını ihlal ederek çıkış yapan kişiler için kullanılır (Doğan, 2017:318).

## 2.2. Uluslararası Göçün İşsizlik ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi

Ekonomik büyümeyi, bir ülkede, belli bir dönemde üretilen tüm mal ve hizmetlerin parasal ifadesi olan GSYİH' de meydana gelen artış olarak ifade edebiliriz. Ekonomik büyüme tam istihdam altında kullanılan iktisadi kaynakların daha etkin kullanılması ve ya kaynaklara yenilerinin eklenmesiyle sağlanır. Ekonomik büyüme mal ve hizmet miktarındaki sürekli artış olarak tanımlanabilmektedir (Muratoğlu, 2011:3).

Tüm dünyada yaşanan en önemli ekonomik problemlerden birisi işsizliktir. İşsizliği diğer ekonomik sorunlardan ayıran en önemli özellik sosyal sorunlara sebep olmasıdır. Bu konuda politika yapıcılar çözüm üretmek adına çeşitli yöntemlere başvurmuşlardır (Muratoğlu, 2011:20).

Uluslararası göç son yıllarda artan iç savaşlar ve sosyoekonomik travmalarla birlikte artış eğilimindedir. Bu artış göç alan ülkelerin ekonomileri üzerinde çeşitli etkiler meydana getirmiştir. Birçok ekonomik göstere artan göçlerden etkilenmektedir. Uluslararası göçün birçok makroekonomik göstere üzerinde artıları ve eksileri vardır.

Son yıllarda yaşanan savaşlar nedeniyle zorunlu göçten etkilenen Türkiye de yasal ve yasa dışı olarak yabancı sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu artış iktisadi büyümeyle birlikte işsizliğin meydana gelmesine sebep olması çalışmada ön plana çıkan konudur.

Uluslararası göçün göç alan ülke ekonomisine etkileri ele alındığında hiç kuşkusuz ekonomik büyüme ilk sırada gelir. Burada akla gelen soru ise uluslararası göç ev sahibi ülkede ekonomik büyümeye neden mi oluyor yoksa kaynakların etkin dağılımını bozarak ekonomik büyümeye zarar mı veriyor?

Uluslararası göçün yenilik (inovasyon), sermaye birikimi, beşeri sermaye, dış ticaret ve iç talep yönünden ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği konusunda güçlü bulgular bulunmaktadır. Göç alan ülkeler göçmenlerin ve mültecilerin yetenek, beceri ve sermayelerini iyi değerlendirdikleri sürece uzun dönemde ekonomik büyümeye katkı sağlayabilir (Gür, 2017:7).

Ev sahibi ülkelerde işsizlik yüksek ve şirketler iş pozisyonlarını doldurmada sıkıntı yaşamıyorlarsa, bu ülkelerde göçmen ve mültecilerin emek piyasasına giriş yapmaları ülkede işsizliği artırarak ortalama ücret seviyesinin aşağı inmesine sebep olurken aynı zamanda kayıt dışı işsizlik de ortaya çıkar (Gür, 2017:7)

### 2.3. Literatür Taraması

Card (1990)'ın yaptığı çalışmada, ABD'de vasıfsız göçmenlerin istihdam üzerindeki etkisini 1979-1985 dönemi verilerini kullanarak En Küçük Kareler Yöntemiyle incelemiştir. Çalışmada ABD'nin net göçü ve istihdam oranı değişken olarak analize dahil edilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, göçün vasıfsız işlerde çalışan ABD'lilerin ücret düzeyleri ve istihdamı üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Friedburg ve Hunt (1995), ABD'deki göç ve işsizlik arasındaki ilişkiyi 1970-1990 verileriyle analiz etmişlerdir. En Küçük Kareler yönteminin kullanıldığı çalışmada İşsizlik oranı ve toplam nüfus içerisinde göçmenlerin payı değişkenleri ile analiz yapılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, göç ve işsizlik arasında negatif bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. İlaveten ABD'de göçmenlerin nüfus içindeki payında %10'luk bir artışın yerli ücretleri %1 oranında azalttığı sonucuna varılmıştır.

Sshan, Morris ve Sun (1999), Avustralya ve Yeni Zelanda'da göç ve işsizlik arasındaki ilişkiyi VAR analizi yardımıyla inceledikleri çalışmada 1983-1995 dönemine ait üç aylık zaman serisi verilerini kullanmışlardır. Çalışmanın analizindeki sonuçlara göre, göç ve işsizlik arasında hiçbir nedensellik bulgusuna ulaşılamamış dahası diğer ekonomik değişkenlerden işsizliğe doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Borjas (2003), çalışma ulusal işgücü piyasası, işgücünün eğitim düzeyi ve işgücünün piyasadaki deneyimi açısından incelenmiştir. 1960-2000 yıllarının veri olarak kullanıldığı analizde ücretlerde küçük yükseliş yaşanmasına karşın ABD'ye göç eden eğitilmiş işgücü arzının arttığı görülmüştür. Eğitim düzeyi veya iş tecrübesi bakımından da artış görülmektedir. Göçlerden düşük yetenekli yerli çalışanlar negatif yönlü etkilenen kesimdir. İşgücü piyasası şokları ile birlikte uluslararası göç, tıpkı teknolojik gelişme gibi, düşük yetenekli yerli çalışanların işsiz kalmasına sebep olmuştur. Başka bir ifadeyle düşük yetenekli insanlar için uluslararası göç işsizliği artırmaktadır.

Feridun (2004), 1980-2004 dönemini içeren çalışma İsveç için yapılmıştır. Analizde göç, kişi başına GSYİH ve işsizlik arasındaki ilişkiyi araştırmak için ARDL (Autoregressive Distributed Lag) yöntemi kullanılmıştır. Göç ve kişi başına düşen



GSYİH arasında uzun vadeli ve iki yönlü nedensellik olduğu sonucuna varılmış, ancak göçün işsizliğe neden olduğu yönündeki hipotez desteklememiştir. Aksine, bu çalışmada işsizliğin göçün nedeni olduğu sonucuna varılmıştır.

Venturini ve Villisio (2004), İtalya için 1993-1997 dönemine ait üç aylık zaman serisi verilerini kullanarak EKK yöntemiyle göçün işgücü piyasalarına olan etkilerini analiz etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, göçün işsizliğin artmasına neden olduğunu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle, göçmen işgücündeki artışın, göçmen olmayanlar için yeni iş fırsatları anlamına gelemeyeceğini ifade ederken bu durumun yerliler için istihdam olanaklarının azalması anlamına geleceğini belirtmişlerdir.

Cohen-Goldner ve Paserman (2004), 1989-1999 dönemini kapsayan çalışmalarında, saat ücreti ve göç oranı kullanmış ve işgücü piyasasındaki göçün dinamik etkisini İsrail için analiz etmişlerdir. Kısa dönemde göçmen payındaki bir artışın ücretleri düşürdüğü sonucuna regresyon analizi yardımıyla varılmıştır. Ayrıca analizler sonucunda göçün kısa ve uzun dönemde istihdam üzerinde hiçbir etkisi olmadığı elde edilmiştir.

Dustmann, Fabbri, Preston (2005), 1983-2000 yılları arasında göçmen işçilerin ekonomik büyümeye etkisini OLS yöntemiyle test etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre göçmen işçilerle İngiliz işçilerin yetenekleri benzerdir ancak eğitim durumuna göre bazı farklılıklar görülmektedir. Göçmen işçilerin ekonomik gelişmeye pozitif etki ettiği görülmüştür.

Bonin (2005), 1975-1997 dönemini kapsayan Almanya için yaptığı çalışmada göçün ücret ve istihdam üzerindeki etkisini incelemiştir. Yatay kesit analizinde panel veriler kullanılmıştır. Çalışmadaki analiz sonuçlarına göre göçmen işgücü sayısındaki artışın ücretleri azalttığı görülürken işsizliği artırmadığı yönünde bulgulara ulaşılmıştır.

Morley (2006), göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ARDL sınır testi yaklaşımı ile analiz etmiştir. 1930-2002 döneminin ele alındığı çalışmada kişi başı göç alımı ve kişi başı gelir parametreleri değişken olarak kullanılmıştır. Avustralya, Kanada ile ABD ülkeleri için analiz yapılan çalışma sonuçlarına göre; kişi başı gayri safi yurtiçi hasıladan göçe doğru uzun dönemli tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Jean ve Jimenez (2007), GMM Genelleştirilmiş Momentler (GMM- Generalized Method of Moments) yönteminin kullanıldığı çalışmada 1984-2003 dönemi OECD ülkeleri için incelenmiştir. Göçün işsizlik üzerindeki etkisini inceleyen çalışmada göçün işsizlik üzerinde kalıcı etkisinin olmayacağı sonucuna varılmıştır.

Boubtane, Coulibaly ve Rault (2011), 1980-2005 dönemini kapsayan çalışmada 22 OECD ülkesi ele alınmış ve net göç, işsizlik ve reel kişi başına GSYİH arasındaki ilişki araştırılmıştır. "Bootstrap Panel Granger Nedensellik" testi kullanılarak analiz yapılan bu çalışmada, işsizliğin göç oranını negatif etkilediği sonucuna varılırken, göçün işsizliğin nedeni olmadığı sonucu elde edilmiştir. İlaveten

ekonomik büyümenin göç oranını artırdığı görülürken, göç oranındaki artış ekonomik büyümeye sebep olmadığı sonuçlara eklenmiştir.

Chletsos ve Roupakias (2012), Yunanistan'da 1980-2011 dönemleri arasında göç, işsizlik ve ekonomik büyüme üzerinde bir ampirik çalışma yapmıştır. Bu çalışmada, Yunanistanın göç, işsizlik ve reel kişi başına GSYİH arasındaki ilişki Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik testi ile ortaya konmuştur. Elde ettikleri bulgulara göre, Yunanistan'da GSYİH büyüme oranları ve işsizlik göçün nedenidir, tersine yönlü bir nedensellik bulunmamaktadır.

Boubtane, Coulibaly ve Rault (2013), OECD ülkeleri için 1987-2009 yılları arasındaki verilerin kullanıldığı çalışmada PANEL VAR analizi yapılmıştır. Göçün ev sahibi ülke üzerinde işsizlik ve ekonomik büyümeye olan etkisi incelenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, uluslararası göçün göç alan ülke açısından ülkenin GSYİH üzerinde pozitif etkisi olduğu sonucuna varılırken, işsizlik üzerinde negatif etkisi olduğu görülmüştür.

Damette ve Fromentin (2014), panel veri metodolojisini kullanarak, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) 14 ülkesinin (Avustralya, Belçika, Kanada, Danimarka, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Hollanda, Norveç, İspanya, İsviçre, İngiltere, Amerika) aldıkları göç ve işgücü piyasası arasındaki etkileşimi incelemektedir. Ev sahibi ülkedeki ücretler ve işsizlik seviyeleri üzerindeki uzun vadeli makroekonomik etkilerin değerlendirilmesinde, bir Eşsiz Vektör Hata Düzeltme Modelini (VECM) tahmin etmiş ve nedensellik testleri yapmışlardır. Sonuçlar, göçmenlerin artışının, kısa vadede göç alan ülkelerdeki ücretleri artıracığını göstermektedir.

Chamunorwa ve Mlambo (2014), Güney Afrika için yapılan çalışmada 1980-2011 dönemi analiz edilmiştir. Değişken olarak göç oranı, GSYİH, enflasyon ve eğitim düzeyi kullanılmıştır. Çalışma da göç ve işsizlik arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki elde edilmiştir. Ayrıca eğitim ve büyümenin işsizliği azalttığı sonucuna varılmıştır.

Latif (2015), göç ve işsizlik arasındaki ilişkiyi Kanada için Panel Veri Analizi yardımıyla 1983-2010 dönemi için incelemiştir. Çalışmada kişi başı GDP, net göç oranı ve işsizlik oranı değişken olarak kullanılmıştır. Kısa dönemde göç oranının işsizlik üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ceritoğlu vd. (2015), geçici koruma statüsünde Türkiye'de bulunan Suriyelilerin Türkiye'de işgücü piyasası üzerindeki etkilerini tahmin etmek için çalışmalarında 2010- 2011 ve 2012-2013 dönemi ele alınarak Havuzlanmış EKK Yöntemi ile analiz yapılmıştır. Sonuçta Suriyelilerin istihdamı ile Türkiye'de işsizlik oranının arttığı ve Suriyeli mülteci istihdamının yerli istihdam üzerindeki negatif etkinin ise dezavantajlı gruplar olan kadınlar, gençler ve eğitimsiz kişileri daha fazla etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sevinç vd. (2016), çalışmada ekonomik büyüme ve göç olgusu arasındaki ilişki Türkiye'nin de dahil olduğu gelişmekte olan ekonomiler için Panel veri yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada 1962-2012 dönemine ait 5 yıllık veriler kullanılmıştır. GSYH ve net göçün nüfusa oranı çalışmada değişken olarak kullanılmıştır. Elde edilen panel ve yatay kesit katsayı sonuçlarına göre ise Cezayir, Botsvana, Çin, Dominik Cumhuriyeti, Ekvator, Paraguay ve Peru'da ekonomik büyüme ile göç arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişkiler bulunmaktadır. Belize, Kosta Rika, Gabon, İran, Meksika ve Türkiye gibi diğer ülkelerde ise ekonomik büyüme ve göç arasındaki ilişkinin yönü negatif ve istatistiki açıdan anlamlı çıkmaktadır.

Göv ve Dürrü (2017), ekonomik büyüme ve göç arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla seçilmiş OECD ülkelerinin 2000-2016 dönemi verileri kullanılarak Panel Nedensellik Analizi yapılmıştır. Çalışmada kişi başı GDP, yabancı ülkede doğmuş hedef ülkeye sonradan giden nüfus oranı değişken olarak kullanılmıştır. Sonuçta Göç oranından GDP'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Altunç vd. (2017), çalışmada dış göçlerin işsizlik enflasyon ve ekonomik büyüme üzerindeki etkileri Türkiye ekonomisi için 1985-2015 dönemi verileri kullanılarak Granger Nedensellik Testi yardımıyla incelenmiştir. Çalışmada GSYH, Enflasyon, işsizlik ve dış göç değişkenleri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçta, dış göç ile GSYH arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Ayrıca ekonomik büyümeden enflasyona, enflasyondan işsizliğe ve işsizlikten de ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Nurdoğan ve Şahin (2019), çalışma Türkiye'de dış göç ile artan yabancı sayısının işsizlik üzerindeki etkisi 1995-2018 dönemi verileri kullanılarak Engle Granger Eş Bütünleşme ve Granger Nedensellik analizi yardımıyla incelenmiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak işsiz sayısı, bağımsız değişken olarak yabancı sayısı ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlarda söz konusu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca yabancı sayısından işsizliğe doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Türkiye'de bulunan yabancı sayısı işsizliğin bir nedeni olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

### **3. AMPİRİK ANALİZ**

#### **3.1. Veri Seti ve Özellikleri**

Bu çalışmanın amacı Türkiye Ekonomisi için 1995-2019 dönemi göç, işsizlik ve ekonomik büyüme verilerini kullanarak uluslararası göçün, işsizlik ve ekonomik büyüme üzerine etkisini incelemektir. Bu çalışmada kullanılan değişkenler "TÜİK", "Göç İdaresi Genel Müdürlüğü", "Country Economy Data" ve Nurdoğan ve Şahin' in Türkiye' de dış göç ile artan yabancı sayısının işsizlik üzerindeki etkisi adlı çalışmadan derlenmiştir. Analizlerde kullanacağımız veri seti Tablo 1'de gösterilip daha sonra değişkenlerin tanımlanması Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 1. Toplam Yabancı Sayısı, Toplam İşsiz Sayısı ve GSYİH (1995-2019)**

Dönem	Toplam Yabancı Sayısı	Toplam İşsiz Sayısı(bin)	Gsyih Milyar Dolar
1995	98113	1700	233,34
1996	21981	1502	250,263
1997	33539	1551	261,775
1998	36226	1606	276,012
1999	54129	1829	256,485
2000	268314	1497	273,085
2001	258819	1967	200,305
2002	244289	2464	238,342
2003	212388	2493	311,944
2004	220636	2385	404,853
2005	239327	2388	501,163
2006	225591	2328	557,796
2007	295380	2376	675,01
2008	252665	2611	764,643
2009	204467	3471	644,47
2010	223900	3046	772,29
2011	296608	2615	832,497
2012	412973	2518	873,696
2013	608548	2747	950,328
2014	1631849	2853	934,075
2015	3137161	3057	859,449
2016	3536291	3330	863,39
2017	4308104	3454	852,648
2018	4862202	3537	771,274
2019	5074978	4457	753,693

**Kaynak:** Tuik, Göç idaresi Genel Müdürlüğü, Country Economy Data ve Nurdoğan ve Şahin in Türkiye’de dış göç ile artan yabancı sayısının işsizlik üzerindeki etkisi adlı çalışmadan derlenmiştir.

Tabloda yer alan toplam yabancı sayısı; düzensiz göçmenler, uluslararası koruma altında olanlar, geçici koruma altında olanlar ve ikamet izni bulunanların toplamı alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

**Tablo 2. Değişkenlerin Tanımlanması**

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
LİS	Logaritmik Toplam İşsiz Sayısı	Tuik
LGOC	Logaritmik Toplam Yabancı Sayısı	Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, Nurdoğan ve Şahin in Türkiye’de dış göç ile artan yabancı sayısının işsizlik üzerindeki etkisi adlı çalışmadan derlenmiştir.
LGDP	Logaritmik Gayri Safi Yurtiçi Hasıla	Country Economy Data

Türkiye’ de uluslararası göçün işsizlik ve ekonomik büyüme üzerine etkisini inceleyen ekonometrik modeller aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

$$IS=f(GOC)$$

$$InIS_t = \alpha_0 + \alpha_1 InGOC_t + \varepsilon_t$$

Birinci modelde bağımlı değişken  $InIS_t$ , İşsizliği ifade ederken bağımsız değişken  $InGOC_t$ , toplam yabancı sayısını ifade etmektedir.  $\varepsilon_t$  ise modelin hata terimini göstermektedir

$$GDP=f(GOC)$$

$$InGDP_t = \beta_0 + \beta_1 InGOC_t + \varepsilon_t$$

İkinci modelde bağımlı değişken  $InGDP_t$ , ekonomik büyümeyi temsil ederken, bağımsız değişken  $InGOC_t$ , toplam yabancı sayısını temsil etmektedir.  $\varepsilon_t$  ise modelin hata terimini göstermektedir.

Analize başlamadan önce logaritmaları alınmış değişkenlerin serilerde durağanlık araştırılması için Genişletilmiş-Dickey Fuller (ADF) testi yapılarak serilerin durağanlık dereceleri tespit edilmiştir. Daha sonra Johansen Eşbütünlük testi ile seriler arasında uzun dönemli bir ilişki incelenmiştir

### 3.2. Birim Kök Analizleri

Bir ekonometrik model kapsamında yapılan zaman serilerinde analize ilişkin açıklayıcı özellikleri gösteren süreç durağan olasılıklı süreç olarak değerlendirilmektedir.

“Ortalamasıyla varyansı zaman içinde değişmeyen, iki dönem arasındaki ortak varyansı bu ortak varyansın hesaplandığı döneme değil de, yalnızca iki dönem

arasında uzaklığa, açıklığa ve gecikmeye bağlı olan olasılıklı bir süreç için durağandır.” denilebilir (Gujarati, 2012:740).

Ekonometride zayıf durağan özelliğe sahip seriyi anlamak için  $Y_t$ 'nin şu özellikleri bulundurması gerekmektedir (Gujarati, 2012: 740).

$$\begin{aligned} \text{Ortalama:} & E(Y_t) = \mu & (1) \\ \text{Varyans:} & \text{var}(Y_t) = E(Y_t - \mu)^2 = \sigma^2 & (2) \\ \text{Ortak Varyans:} & Y_k = E[(Y_t - \mu)(Y_{t+k} - \mu)] & (3) \end{aligned}$$

Burada  $Y_k$ , k gecikme değeri ile ortak varyans değeri olup,  $Y_t$  ile  $Y_{t+k}$  arasında ortak Varyans olarak kabul edilmektedir. Daha kapsamlı olarak ifade edilirse, bir zaman serisinin ortalama değeri, varyans ve kovaryansı ne zaman ölçülürse ölçülsün zaman içinde değişmeden kalabiliyorsa bu seri durağan olarak değerlendirilebilmektedir. Şayet bir zaman serisi yukarıda bahsedilen özelliklere sahip değilse “durağan olmayan zaman serisi” olarak nitelendirilmektedir.

Birim kök testleri literatürde ilk olarak Dickey –Fuller’in çalışmasında ele alınmaktadır. Dickey –Fuller (1979) ve (1981) yılında ele aldıkları çalışmalarında serilerin durağanlıklarını incelemek için birim kök testleri geliştirmişlerdir. Ekonometrik uygulamalarda en çok tercih edilen yöntemler olarak Dickey Fuller (DF) ve Geliştirilmiş Dickey Fuller (ADF) Birim Kök testleri kullanılmaktadır. Dickey Fuller birim kök testi zaman serisi değişkenlerinin otoregresif süreçle belirlenip belirlenmeyeceğini gösteren bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Utkulu, 2003:52). Bu çalışmada ise değişkenlerin durağanlıklarını tespit etmek için ADF Birim Kök Testi uygulanmıştır.

ADF birim kök test sonuçları %1, %5, %10 Tau kritik değerlere göre kıyaslanır. Elde edilen sonuca göre birim kök olup olmadığına karar verilir (Öner, 2018:321).

$H_0$  = Birim Kök İçerir, Durağan Değildir.

$H_1$  = Birim Kök İçermez, Durağandır.

Buradaki  $H_0$  hipotezi değişkenin durağan olmadığını,  $H_1$  hipotezi ise değişkenin durağan olduğunu göstermektedir.

Ekonometrik çalışmalarda zaman serilerinin özelliklerini inceleyen çok sayıda birim kök analizi yer almaktadır. Literatürde en sık tercih edilenlerden birisi ise ADF (Augmented Dickey Fuller) birim kök testleridir (Dickey ve Fuller, 1981). ADF testlerinde, temel hipotez (sıfır hipotezi) serinin durağan olmadığı şeklinde ifade edilmektedir (Sukar ve Hassan, 2001:114).

**Tablo 3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları**

Değişken	Düzey Değerler			Birinci Farklar			Sonuç
	Sabit Terimli	Sabit ve trendli	Sabitsiz ve trendsiz	Sabit terimli	Sabit ve trendli	Sabitsiz ve trendsiz	
Lgöç	-0,081 [0,9409]	-1,92 [0,6088]	-1,49 [0,9624]	-5,72 [0,001]	-5,37 [0,0013]	-4,49 [0,001]	<b>I(1)</b>
Liss	-0,40 [0,8942]	-2,96 [0,1618]	-1,52 [0,9648]	-4,14 [0,003]	-4,03 [0,022]	-3,39 [0,0017]	<b>I(1)</b>
Lgdp	-1,17 [0,6663]	-0,74 [0,9571]	-1,62 [0,9706]	-3,78 [0,009]	-3,83 [0,003]	-3,54 [0,001]	<b>I(1)</b>
%1	-3,73	-4,41	-2,66	-3,75	-4,44	-2,67	
%5	-2,99	-3,62	-1,95	-3,00	-3,63	-1,95	
%10	-2,63	-3,25	-1,60	-2,64	-3,25	-1,60	

[ ] prob. İstatistiklerini göstermektedir.

Çalışmada öncelikle serilerin durağan oldukları seviyelerin tespiti için ADF birim kök testi kullanılmış ve test sonuçları Tablo 3'te özetlenmiştir. ADF testi, olası otokorelasyonun önlenmesi amacıyla bağımlı değişken gecikmeli değerlerini ilgili denklemin sağ tarafına açıklayıcı değişken olarak ilave eden bir yöntemle çalışmaktadır. Tablo 3' te yer alan değişkenlerin seviyelerine uygulanan ADF test sonuçları değişkenlerin seviyesinde durağan olmadığını ortaya koymaktadır. ADF test sonuçları seviye itibariyle, Mac-Kinnon kritik değerinden mutlak değer olarak küçük bulunmuştur. Söz konusu testlerin değişkenlerin birinci derece farkına uygulanması sonucu elde edilen bulgular Mac-Kinnon kritik değerlerinden mutlak değer olarak büyük bulunmuştur. Bu durum değişkenlerin birinci farkının durağan olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle, seviye itibariyle durağan olmayan serilerin birinci derece farkları durağan yani bütünleşme derecesi I(1)' dir.

### 3.3. Johansen Eş Bütünleşme Testi Sonuçları

Eş bütünleşme, durağan olamayan iki zaman serisi arasındaki korelasyonu araştırmak için geliştirilen bir tekniktir (Tari, 2012:425).

Eş bütünleşme kavramında serilerin entegre derecelerinin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Serilerin eş bütünleşik bir özellik gösterip göstermediğini anlamak için entegre derecelerinin bilinmesi gerekmektedir (Ağır ve Zabun, 2015:49).

Johansen, değişkenler seti arasında var olabilecek tüm eş bütünleşme ilişkilerini tahmin edilmesine imkân veren bir yöntem geliştirmiştir. Eş bütünleşme ilişkilerin tahmin edilmesinde en çok benzerlik (EÇB) yönteminin kullanıldığı vurgulanmaktadır.

Bu yöntem ise, değişken seri arasında ortaya çıkabilecek olan eş bütünleşme bileşenlerinin sayısının 1'den fazla olması neticesinde kullanılacaktır.

İki değişken için her iki değişkenin de I(1) olmasında sadece ' $\alpha$ ' eş bütünleşme parametresi kullanılarak ispatlanabilirken, ikiden çok değişken olması durumunda ' $\alpha$ 'nın tek olduğu kanıtlanamayacağından "n" değişken durumunda "n-1" sayıda eş bütünleşme vektörünün söz konusu olabileceği ifade edilir.

Johansen, eş bütünleşme değişkenlerin I(1) ve I(0) olması varsayımına dayanmaktadır. Bu yüzden daha öncede ifade edildiği için ilk olarak serilerin bütünleşme mertebeleri belirlenmektedir.

Johansen yaklaşımında  $\Pi$  matrisinin rankı ile çalışılmaktadır.

Rank ( $\Pi$ )= n Burada  $Y_t \sim I(0)$ ; değişkenler arasında ilişki yoktur.

Rank ( $\Pi$ )= 0  $\Pi$  matrisin hiçbir doğrusal bileşimi durağan değildir. Serilerin durumları ancak VAR modelleri oluşturulabilir.

Rank ( $\Pi$ ) < n  $Y_t \sim I(0)$  şeklinde yazılır. Denklemdaki  $\Pi$ 'nin yerine bu açılım getirildiğinde denklemler durağanlıklarını yitirirler.

$\Pi$  katsayılar matrisindeki  $\alpha$  ayarlama hızı,  $\beta$  ise sahip olduğu satır sayısının eş bütünleşme vektör sayısında eşit olduğu, en çok benzerlik yöntemi ile elde edilen matrisi ifade etmektedir (Muratoğlu, 2011: 60).

Johansen yaklaşımında 2 tane test bulunmaktadır:

1) *Trace(iz) test* =  $\lambda_{trace} = -T \sum_{i=1}^n \ln(1 - \lambda_i)$

2) *Maksimum (Öz Değer) test* =  $\lambda_{max} = -T \ln(1 - \lambda_{r+1})$

Testin işleyişine bakıldığında sıfır hipotezi kabul edilene kadar basamak basamak incelemeye devam edilir.

Sıfır hipotezi:  $r=0$  red ise >

Sıfır hipotezi:  $r=1$  red ise >

Sıfır hipotezi:  $r=2$  kabul ise  $r=2$  gibidir.

#### **Trace(iz) test hipotezi**

$$H_0: r \leq r_0$$

$$H_1: r \geq r_{0+1}$$

Yazılır ve test istatistiği > kritik değer sıfır hipotezi red edilir. Yani  $r_0$ 'dan daha fazla lineer bağımsız eş bütünleşme ilişkisi vardır.  $H_0$  red edilmezse  $r_0$  tane eş bütünleşme ilişkisi mevcut olduğu söylenir (Muratoğlu, 2011:61).

#### **Mak(Öz Değer) test hipotezi**

$$H_0: r = r_0$$

$$H_1: r = r_{0+1}$$

Johansen(1988) ve Johansen ve Juselius (1990) tarafından geliştirilen Johansen Eş Bütünleşme Testinde, ele alınarak incelenmiş olan serilerin seviyede durağan olmadığında ve aynı dereceden farkı alındığında durağan hale geldiğinde analiz yapılabilmektedir.



Johansen testinde, VAR' daki gecikme sayısı dikkate alınmaktadır. VAR modeline geçilmeden önce model için uygun gecikme uzunluğunun tespit edilmesi gerekmektedir.

Gecikme seviyesi araştırılan konunun niteliğine ve araştırmacının isteğine bağlı olarak belirlenebileceği gibi tahminlerin güvenilir olması açısından bir kısım seçim kriterlerine başvurularak da belirlenebilmektedir. Son Tahmin Hatası (FPE), Akaike Bilgi Kriteri (AIC), Hannan Quinn (HQ), ve Schwarts (SC) kriterleri gecikme seviyesinin tespitinde kullanılan kriterler arasında yer almaktadır.

Aşağıda verilecek tabloda VAR modelinde optimal olacak gecikme seviyesi için AIC( Akaike Bilgi Kriteri), SC (Schwartz Bilgi Kriteri), FPE (Son Tahmin Hatası) ve HQ( Hannan Quinn Bilgi Kriteri) kullanılarak uygun gecikme seviyesi belirlenmiştir.

**Tablo 4.** İşsizlik ve Göç Modelinin Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-32.15230	NA	0.066812	2.969765	3.068503	2.994597
1	15.38024	82.66528*	0.001521*	-0.815673*	-0.519457*	-0.741176*
2	16.34029	1.502693	0.002003	-0.551330	-0.057637	-0.427168

\*Kriterler tarafından belirlenen gecikme seviyesini göstermektedir.

VAR analizi uygun gecikme uzunluğuna oldukça duyarlıdır. Tablo 4'te görüldüğü gibi VAR analizinde işsizlik ve göç arasındaki ilişkiyi belirlemek için kurulan modelde kullanılacak uygun gecikme uzunluğunun bütün kriterlere göre 1 olduğuna karar verilmiştir.

**Tablo 5.** Göç ve Ekonomik Büyüme Modelinin Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-52.08645	NA	0.378146	4.703170	4.801908	4.728002
1	3.558231	96.77336*	0.004252	0.212328	0.508544*	0.286825*
2	8.053837	7.036601	0.004118*	0.169232*	0.662925	0.293394

\*Kriterler tarafından belirlenen gecikme seviyesini göstermektedir

Tablo 5'te görüldüğü gibi VAR analizinde göç ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi belirlemek için kurulan model 2'de de kullanılacak uygun gecikme uzunluğu SC ve HQ kriterine göre 1 olarak belirlenmiştir.

**Tablo 6. İşsizlik ve Göç Arasındaki VAR Modelinin Otokorelasyon LM Testi**

Uzunluk	LM-ist	Prop
1	1.543735	0.8189
2	2.019836	0.7321
3	3.169337	0.5299
4	8.400061	0.0780
5	1.366720	0.8500
6	2.244498	0.6909
7	0.292545	0.9903
8	0.966668	0.9148
9	8.314584	0.0807
10	2.094393	0.0784
11	1.455953	0.8344
12	0.562311	0.9672

**Tablo 7. Göç ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Var Modelinin Otokorelasyon LM Sonucu**

Uzunluk	LM-ist	Prob
1	7.028424	0.1344
2	1.450105	0.8354
3	5.657170	0.2263
4	4.799526	0.3085
5	8.108404	0.0877
6	2.655606	0.6170
7	1.090967	0.8957
8	1.654979	0.7989
9	4.272112	0.3704
10	1.549628	0.8178
11	2.301594	0.6805
12	1.663920	0.7973

Modelde gecikme uzunluğunun belirlenmesinden sonra otokorelasyon sorununun olup olmadığı Lagrange Çarpanı(L-M) testi ile incelenmiş ve 12 gecikme için bulunan analizde otokorelasyon sorununun olmadığı sonucuna yukarıda yer alan Tablo 6 ve 7’de ulaşılmıştır. Tablolardan da anlaşıldığı üzere modelin herhangi bir otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Olasılık değerleri %5 anlamlılık seviyesinden büyük değerlere sahiptir.

Ele alınan modelde değişen varyans sonucu White Testi ile belirlenmiştir. Analiz sonuçları aşağıda özetlenmiştir.

**Tablo 8. İşsizlik ve Göç Değişen Varyans Sonucu**

Chi-square (X2) ki kare	df	Prob.
4.903217	12	0.9611

**Tablo 9.** Göç ve Ekonomik Büyüme Değişen Varyans Sonucu

Chi-square (X <sup>2</sup> ) ki kare	df	Prob.
11.89603	12	0.4541

VAR modellemesinin uygun bir şekilde gerçekleştirilmesinin ardından yapılması gereken, her bir modelde yer alan değişkenler arasında eş bütünleşme olup olmadığının Johansen eş-bütünleşme yöntemiyle incelenmesidir (Johansen, 1988, 1992; Johansen ve Juselius, 1990, 1992). Analiz sonuçları Tablo 11’de özetlenmiştir.

**Tablo 10.** İşsizlik ve Göç Johansen Eş Bütünleşme Testi Trace ve Maximum İstatistiği Sonuçları

Trace(İz) İstatistiği				Maksimum(Öz Değer) istatistiği			
Hipotezdeki Koentegre Vektör Sayısı	Test İst.	%5 Kritik	Olasılık Değeri	Hipotezdeki Koentegre Vektör Sayısı	Test İst.	%5 Kritik	Olasılık Değeri
None *	27.94714	20.26184	0.0036	None *	22.57887	15.89210	0.0038
At most 1	5.368273	9.164546	0.2455	At most 1	5.368273	9.164546	0.2455

Johansen Eş bütünleşme testleri, hem *trace(iz)* ve hem de *Maksimum(öz Değer)* istatistiklerine göre serilerin eşbütünleşik olduklarını ortaya koymaktadır. Kurulan ilk VAR modeli olan göç ve işsizlik arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı elde edilmiştir. Eşbütünleşme denklemi sonuçları ise şöyledir:

**Tablo 11.** Normalize Edilmiş Eş Bütünleşme Vektörü

LIS	LGOC	C
1.000000	-0.167798	-5.838503
	(0.02563)	(0.32132)

\*Parantez içindeki değerler standart hatayı göstermektedir.

Johansen eş bütünleşme analizi sonuçlarına göre değişkenler arası uzun dönem ilişkiyi gösteren vektördeki katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır. Uzun dönem ilişkiyi gösteren parametrelere göre göçteki %1’lik artış işsizliği %0.1677 oranında artıracaktır. Başka bir ifadeyle uluslararası göç ve işsizlik arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Literatür de de incelendiği üzere uluslararası göçteki artışlar göç alan ülke açısından işsizliği artırmaktadır.

**Tablo 12.** Göç ve Ekonomik Büyüme Johansen Eş Bütünleşme Testi Trace ve Maximum İstatistiği Sonuçları

Tarce(İz) İstatistiği				Maksimum(Öz Değer) istatistiği			
Hipotezdeki Koentegre Vektör Sayısı	Test İst.	%5 Kritik	Olasılık Değeri	Hipotezdeki Koentegre Vektör Sayısı	Test İst.	%5 Kritik	Olasılık Değeri
None *	14.14057	12.32090	0.0246	None *	11.49982	11.22480	0.00447
At most 1	2.630752	4.129906	0.1239	At most 1	2.630752	4.129906	0.1239

Johansen Eş bütünleşme testleri, hem *trace(iz)* ve hem de *Maksimum(Öz değer)* istatistiklerine göre serilerin eşbütünleşik olduklarını ortaya koymaktadır. Kurulan ikinci VAR modeli olan göç ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı elde edilmiştir. Eşbütünleşme denklemi sonuçları ise şöyledir:

**Tablo 13.** Göç ve Ekonomik Büyüme Normalize Edilmiş Eş Bütünleşme Denklemi

LGDP	LGOC
1.000000	-0.413547
	(0.02321)

Johansen eş bütünleşme analizi sonuçlarına göre değişkenler arası uzun dönem ilişki gösteren vektördeki katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Başka bir ifadeyle uluslararası göç ve GDP arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Uzun dönemde ilişkiyi gösteren parametrelere göre göçteki %1' lik bir artış ekonomik büyümeyi %0.4135 oranında artırmaktadır. Bu sonuç literatürdeki çalışmalarla eşleşmektedir.

Elde edilen sonuçlar literatüre uygundur. Çünkü daha önce yapılan çalışmalardan Borsaj (2003), Venturini ve Vilisio (2004), Latif (2015), Nurdoğan (2019) çalışmalarında uluslararası göçün işsizliği artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca Feridun (2004), Dustmann vd. (2005), Boubtane vd. (2013), Göv ve Dürü (2017), Altunç vd. (2017) uluslararası göç ve ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü ilişki elde etmişlerdir.

#### 4.SONUÇ

Geçmişten günümüze Tarih, Coğrafya, Sosyoloji, İktisat ve Siyaset bilimi gibi birçok bilim dalı alanında incelenen ve araştırılan göç kavramı kısaca ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye ya da bir yerleşim yerinden farklı bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma hicret, muhaceret olarak tanımlanabilir. Bu kapsamda göç genel olarak yarı kalıcı ve kalıcı yer değiştirmeler olarak tanımlanmaktadır (Lee, 1966:49).

Beşeri sermaye yaklaşımına göre ise uluslararası göç, insanların bilgisini, tecrübelerini ve becerilerini kendi ülkeleri dışında başka ülkelerde kullanabilme becerisidir (Ogunleye, 2016:5).

Türkiye, uzun yıllardan bu yana göç olgusunun yoğun olarak yaşandığı bir coğrafya olmuştur. Özellikle son yıllarda uluslararası arenada yaşanan gelişmeler, Türkiye'yi yurtdışından yoğun bir göçmen akımına maruz bırakmıştır. Yasal ve yasal olmayan yollardan ülkeye giriş yapan göçmenlerin sayısında son dönemdeki bu ciddi artış ise, Türkiye için bölgesel ve ulusal politikalarda ciddi yeniden yapılanmaların gerekliliğini gündeme getirmiştir (Kaya, 2015:15-16).

Uluslararası göçün temel makroekonomik göstergeler üzerindeki etkileri ülkelerin uygulayacağı sosyo-ekonomik politikalar açısından önemli bir yere sahiptir. Bundan dolayı bu çalışmada uluslararası göçün temel makroekonomik göstergelerden olan işsizlik ve ekonomik büyüme üzerine etkisi incelenmiştir. Öncelikle birim kök testi yapılan çalışmada daha sonra Johansen Eşbütünleşme analizine yer verilmiştir. Analizler sonucunda hem uluslararası göç ve işsizlik hem de uluslararası göç ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişkinin varlığı elde edilmiştir. Başka bir ifadeyle göç oranındaki artışların hem işsizliği hem de ekonomik büyümeyi artırdığı sonucuna varılmıştır. Burada ucuz işgücü işsizliği artırsa da işgücüne ulaşım daha kolay hale gelmiş üretim artmış ve doğal olarak ekonomik büyümede de artış görülmüştür denilebilir.

Dünyada ve Türkiye de uluslararası göçe ilişkin yaşanan gelişmeler dikkate alındığında başta Avrupa Birliği ülkeleri ve Amerika göçün sınırlandırılması ve kontrolü noktasında büyük bir titizlik ve önem göstermektedirler. Bu cihetle Türkiye' nin karşı karşıya kaldığı göç olgusuna yönelik alternatif bir politika önermesinde bulunabiliriz. Göçün tabii olarak yaratılan değer artışına bağlı olarak ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemesi göç alan ülke açısından pozitif bir etki yaratsa da; işsizliği artırmasının işgücü piyasasında bozulmalara yol açacağı açıktır. İşsizlik olgusu ülkeler açısından oldukça önemlidir. Hele ki gelişmekte olan ülkelerde kaynakların etkin ve verimli kullanılması ülkenin üretim gücünün artmasına neden olacaktır. Bu durum refah artışına da yansiyacaktır. Onun içindir ki, Türkiye başta Suriye göçü olmak üzere yabancı göç olgusunun kendi iç dinamiklerini ve ekonomik aktörlerini ne kadar iyi yönetebilirse o kadar ekonomik kazanç sağlayabilir. Bu doğrultuda öncelikle işgücü piyasasına önemli bir düzenleme yapılması gereklidir. Bu hususta göçle gelen nitelikli ve niteliksiz işgücünün tasnif edilerek nitelikli göçle gelenlerin kendi uzmanlık alanlarında Türkiye' nin çalışma şartlarına uygun ve gereksinimlerini karşılayacak bir şekilde etkinliklerinin sağlanması gerekmektedir. Niteliksiz olanların ise mesleki eğitimlerle üretkenliklerinin artırılarak reel sektörde açık bulunan alanlara kanalize edilmeleri kaynakların etkin kullanılması açısından oldukça önemli olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Altunç, Ömer Faruk ve Uçan, Okyay (2017), “**Dış Göçlerin Türkiye Ekonomisinde İşsizlik Enflasyon ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi**”, Social Studies, Cilt:5, Sayı:8, ss.197-212.
- Ağır, Hüseyin ve Zabun, Ayşe ( 2015), “ **Ricardocu Denklik Teoremi : Türkiye Üzerine Ampirik Bir Uygulama**”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 74s.
- Bakırtaş, Tahsin ve Kandemir, Orhan (2010), “**Gelişmekte Olan Ülkeler Ve Beyin Göçü: Türkiye Örneği**”, Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt:18, Sayı:3, ss.961-974.
- Bonin, Holger (2005), “**Wage and Employment Effects of Immigration to Germany: Evidence from a Skill Group Approach**”, IZA Discussion Paper, No.1875.
- Boubtane, Ekrame, Coulibaly Dramane ve Rault Christophe (2011), “**Immigration, Unemployment and Growth in the Host Country: Bootstrap Panel Granger Causality Analysis on OECD Countries**”, Discussion Paper No:5853, IZA, Germany.
- Card, David (1990), “**The Impact of the Mariel Boatlift on the Miami Labor Market**”, Industrial and Labor Review, Volume:43, Issue:2, pp.245-257.
- Ceritoğlu, Evren, Yunculer, H. Burcu, Gurcihan Torun, Huzeyfe, Tumen, Semih (2015), “**The Market Outcomes İn Turkey: Evidence From a Quasi-Experimental Design**”, IZA DP No:9348.
- Chletsos, Michael ve Roupakias, Stelios (2012), “**Immigration, Unemployment and Growth: Empirical Evidence from Greece**”, Munich Personal RePEc Archive, No.39927.
- Cohen-Goldner, Sarit ve Paserman, Daniele M. (2004), “**The Dynamic Impact of Immigration on Natives’ Labor Market Outcomes: Evidence from Israel**”, IZA Discussion Papers, No.1315.
- Chamunorwa, Wilson ve Mlambo, Courage (2015)., “**The Unemployment Impact of Immigration in South Africa**”, Mediterranean Journal of Social Sciences, Volume:5, Issue:20, pp.2631-2640.
- Çakı, Aslı (2018), “**Geçmişten Bugüne Türkiye’ nin Göç Politikası ve Suriyeli Göçmenler Bağlamında Göç Yönetişimi**”, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 120s, Karaman.
- Dickey, David ve Fuller, Wayne “**Distribution of the Estimators For Autoregressive Time Series With a Unit Root**”, Journal of American Statistical Association, Volume:74, Issue:22, pp.427-431.
- Doğan, Coşkun (2017), “**Düzensiz Göçmenlerin Türkiye’ye Ekonomik Açidan Etkileri**”, Tarih Okulu Dergisi, ss. 315-329.
- Fichter, J. (1971), **Sociology**, University Of Chicago Press, 2 Edition, USA.
- Friedberg, M. Rachel ve Hunt Jennifer (1995), “**The Impact Of Immigrants on Host Country Wages**”, Employment and Growth, Volume:9, Issue:2, pp.23-44.
- Feridun, Mete (2004), “**Immigration, Income and Unemployment: An Application of the Bounds Testing Approach To Cointegration, Project MUSE Scholarly Journals Online**”, Lough borough University, U.K, The Journal of Developing Areas, Volume:41, Issue:1, pp.37-49

- Göv, Abdullah ve Dürrü, Zerrin (2017), “**Göç ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Bir Analiz**”, Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:3, Sayı:4, ss.491-502.
- Gür, Nurullah (2017), “**Ülke Deneyimleri Işığında Uluslararası Göç Ekonomisi**”, SETA, 224, ss.1-24.
- Gujarati, Damodar ve Down, Porter (2012), **Temel Ekonometri**, Birinci Basım, 899s, İstanbul.
- Jean, Sebastian, ve Jimenez, Miguel (2007), “**The Unemployment Impact of Immigration in OECD Countries**”, OECD Economics Department Working Paper, No.563.
- Johansen, Soren (1988), “**Statistical Analysis Of Cointegration Vectors**”, Journal of Economic, Dynamics and Control, Volume:12, pp.231-254.
- Johansen, Soren ve Jeselius, Katarina (1990), “**Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration With Applications To Demand For**”, Oxford Bulletin of Economics and Statistics, Volume:52, Issue:2, pp.169-209.
- Kara, Canan (2015), “**Göç Bağlamında Uluslararası İşbirliği ve Türkiye'nin Politikaları**”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 397s, Çanakkale.
- Latif, Ehsan (2015), “**The Relationship Between Immigration and Unemployment: Panel Data Evidence From Canada, Economic Modelling**”, Cilt:50, pp.162-167.
- Lee, Everett S. (1966), “**Theory of Migration**”, Demography, Volume:3, Issue:1, pp.47-57.
- Morley, Bruce (2006), “**Causality Between Economic Growth and Immigration An ARDL Bounds Testing Approach**”, Economic Letters 90, pp.72-76.
- Muratoğlu, Yusuf (2011), “**Büyüme ve İşsizlik Arasındaki Asimetrik İlişki ve Türkiye’de Okun Yasasının Sınanması**”, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 124s, Çorum.
- Nakhoul, Tuğçe Elif (2014), “**Uluslararası İşgücü Göçü ve Türkiye**”, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara, 135s.
- Nurdoğan, Ali Kemal ve Şahin, Menekşe (2019), “**Türkiye’ye Yönelen Uluslararası Göç İşsizliğin Bir Nedeni mi?**” Uluslararası Toplum ve Araştırma Dergisi, Cilt:9, Sayı:11, ss.2203-2221.
- Ogunleye, Blessing (2016), “**Uluslararası İşgücü Göçü, İşsizlik ve Ekonomik Büyüme: OECD Ülkeleri Üzerine Panel Veri Çalışması**”, Kocaeli Üniversitesi, İktisat Bölümü, Yüksek Lisans Tezi.
- Öner, Hakan (2018), “**Tüketici ve Üretici Fiyat Endeksi Arasındaki İlişkinin Granger Nedensellik Testi Yoluyla İncelenmesi**”, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:3, Sayı:1, ss.318-327.
- Sayın, Yusuf, Usanmaz, Ahmet Usanmaz ve Aslangiri, Fırat (2016), “**Uluslararası Göç Olgusu ve Yol Açtığı Etkiler: Suriye Göçü Örneği**”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:18, Sayı:31, ss.1-13.
- Sevinç, Haktan, Bozkurt Eda, Künü, Serkan, Sevinç, Demet (2016), “**Ekonomik Büyüme ve Göç İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkelere Dayalı Bir Analiz**”, International Conference On Eurasian Economies, ss.398-403.

- Shan Jordan, Morris Alan ve Sun Fiona (1999), "**Immigration and Unemployment: New Evidence from Australia and New Zealand**", International Review of Applied Economics, Volume:13, Issue:2, pp.253-260.
- Sukar, Abdulhamid ve Hassan, Seid (2001), "**US Export and Time-Varying Volatility Of Real Exchange Rate**", Global Finance Journal 21, pp.109-119.
- Tarı, Recep (2012), **Ekonometri**, Umuttepe Yayınları, 8. Baskı, 518s, Kocaeli.
- Türkcan, Burcu (2017), "**Suriye Krizi Sonrası Göçün Türkiye'de Bölge Ekonomilerine Etkisi**", Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:9, Sayı:26, ss.770-795.
- Utkulu, Uğur (2003), "**Türkiye' de Bütçe Açıkları ve Dış Ticaret Açıkları Gerçekten İkiz mi? Koentegrasyon ve Nedensellik Bulguları**", D. Ü., İİBF Dergisi, Cilt:18, Sayı:1, ss.45-61.
- Venturuni, Alessandra ve Villosio, Claudia (2004), "**Labour Market Effect of Immigration into Italy: An Empirical Analysis**", International Labour Review, Volume:145 pp.91-118.
- Erişim Tarihi: <https://www.goc.gov.tr/>
- Erişim Tarihi: [http://www.tuik.gov.tr/VeriTabanlari.do?vt\\_id=28&ust\\_id=null](http://www.tuik.gov.tr/VeriTabanlari.do?vt_id=28&ust_id=null)



---

---

## EĞİTSEL SOSYAL AĞ KULLANIMINDA ÖZ-YETERLİK ALGISI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

**Abdullah SOYSAL**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi Sağlık Yönetimi Anabilim  
ORCID: 0000-0001-6411-4988  
asoysal2005@hotmail.com

**Hasret ALDAL**

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık  
Yönetimi Anabilim Dalı  
ORCID:0000-0002-2930-5794  
hasret-aldal@hotmail.com

---

---

### Öz

Bu çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sağlık Yönetimi öğrencilerinin Eğitsel Amaçlı Sosyal Ağ ve İnternet Kullanımına yönelik Öz-yeterlik (EİKÖ) algılarını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada Şahin (2009) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 25.0 paket programından yararlanılmıştır. EİKÖ Ölçeğini oluşturan 28 adet ölçek maddesi bulunmakta olup Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı, ölçek için 0.92 olarak bulunmuştur. Verilerin analizinde sayı-yüzdeler hesaplama, frekans analizi, güvenilirlik analizi, bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Öğrencilerin eğitsel internet kullanım Öz-yeterliği ölçeğinden aldıkları puanların cinsiyet, okuduğu sınıf, öğrenim durumu, uyruk ve yaş değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Ağ, Öz Yeterlik, İnternet Kullanımı.

### EDUCATIONAL SOCIAL NETWORK USE: AN APPLICATION ON STUDENTS

#### Abstract

The aim of this study was to measure the educational internet usage self-efficacy (ETIS) beliefs of Health Management students of Kahramanmaraş Sütçü İmam University. The scale developed by Şahin (2009) was used in the study. SPSS 25.0 package program was used to evaluate the data. Before the analysis was started, the data were tested for normal distribution. There were 28 scale items that make up the scale. The reliability coefficient calculated with Cronbach alpha was found to be 0.92 for the scale. The analysis of the data, number-percent age calculation, frequency analysis, reliability analysis, independent sample t test, one-way variance analysis were performed. On the other hand, the scores obtained

from the students' self-efficacy scale. It was determined that there was no significant difference according to gender, class, education level, nationality and age.

**Keywords:** Social network, Self-efficacy, Using Internet.

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknoloji alanında çeşitli dönüşümler yaşanmaktadır. Bu dönüşüm insanların sosyal ve toplumsal ilişkilerini de etkilemiş ve sosyal bir dönüşümü beraberinde getirmektedir. Bu dönüşüm değişen teknolojinin kullanımında da çeşitli farklılıklar oluşturmuştur (Karal ve Kokoç 2010:251-263). Değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte günlük hayatımızda çeşitli yönlerden etkilenmektedir. İnternet artık sadece bilgi paylaşım mekanizması ya da reklam aracı olarak kullanılmaktan ziyade bir iletişim aracı haline gelmiştir. Günümüzde internet reklam, alışveriş yapma, araştırma yapmanın yanı sıra insanlar arasındaki iletişimin bir parçası haline gelmiştir (Şahin, 2009:462).

Bilgi toplumuna geçiş dönemlerinin gereği olarak bireylerin ve organizasyonların bilgiye nasıl ulaşacakları, bilgiyi nasıl kullanabilecekleri ve nasıl geliştirecekleri konusunda gerekli donanımına sahip olmaları gerekmektedir (Çakır ve Yükseltürk, 2010:501-512). Son yıllarda internet kullanımındaki artışın bir diğer nedeni de sosyal medya sitelerinin artmasıdır. Bazı araştırmacılara göre internet insanların birbiriyle iletişim kurabilecekleri, bilgi paylaşabilecekleri ve çeşitli ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri bir alan haline gelmeye başlamıştır (Yenilmez vd., 2011).

Sosyal medya kullanımının artması gençler üzerinde kendilerini beğendirme, yetersiz görme, karşılaştırma yapma, kıskançlık gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Bilgi paylaşma, grup çalışmaları ve araştırma yapmak için kullanılan sosyal medya daha bilinçli bir kullanım sağlarken internetin olumsuz etkilerini de azaltacaktır (Sağbaş vd., 2017:1-11). Bu çalışmada gündelik hayatta aktif olarak kullanılan internetin öğrencilerin eğitim hayatına nasıl bir etkisi olduğu ve demografik değişkenler açısından bir farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın teorik kısmında Sosyal Ağ Kullanımı, Facebook ve Eğitsel Ağların Kullanımı, İnternetin Eğitim Sürecine Yansımaları, E-Öğrenmenin Gelişimi ve Öz Yeterlik konuları ele alınırken çalışmanın araştırma kısmında Araştırma Kapsamı ve Yöntemi, Bulgular, Tartışma, Sonuç ve Öneriler kısmına yer verilmiştir.

## 2. SOSYAL AĞ KULLANIMI

Sosyal ağların gelişimi merak duygusunu artırırken; araştırmalar yapma ve çeşitli konulara katkı sağlayabilme becerisini beraberinde getirmiştir. Eğitim ve teknoloji her zaman birbirini destekleyen unsurlar olmuştur. Teknolojik gelişmeler eğitimin oluşturulmasında ve sürdürülmesinde önemli görevler üstlenirken, teknolojinin toplumda yaygınlaşmasına ve içselleştirilmesine katkı sağlamıştır (Toplu ve Gökçearsan, 2012:501-503). Sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçlarının belirlenmesi; bireylerin ilgili siteleri ziyaretine neden olan faktörlerin bilinmesi, bu yönde yapılan çalışmaların yönünün belirlenmesine katkı sağladığı ifade edilebilir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2016 yılı verilerine göre; Türkiye'deki kullanıcıların % 81'i internetten sosyal ağ ve sosyal medya siteleri üzerinden profil

oluşturma, mesaj ya da fotoğraf gönderme gibi etkinlikler için yararlanmaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinde ise aynı dönemde bu oran %63 düzeyindedir. Araştırma sonuçlarına göre 2017 yılında 10 ve daha fazla çalışanı olan ve sosyal medya kullanan girişimlerin %95,6'sı sosyal ağları (Facebook,LinkedIn, Xing, Viadeo, Yammer vb.) kullanırken,%37,5'i diğer sosyal medya uygulamalarından bloglar ve mikro blogları (Twitter, Present.ly, vb.), %33,9'u multimedya paylaşım sitelerini (YouTube, Flickr, Picasa, SlideShare, vb.) ve %11,1'i de "Wiki" bazlı bilgi paylaşım sitelerini kullandığı belirlenmiştir (TÜİK 2017).

### **2.1. Facebook ve Eğitsel Ağların Kullanımları**

2018 yılı verilerine bakıldığında facebook dünya çapında 2,27 milyar kullanıcıya sahipken, Türkiye'de de 51 milyon facebook kullanıcısı olduğu görülmüştür (Dijilopedi.gov.tr, 2019). İnsanlar Facebook ile birbirlerine fotoğraf ve video atarken, sürekli bir iletişim içerisinde olma imkanı yakalar. Harvard Üniversitesi'nde okuyan MarcZuckerberg ilk olarak 2004 yılında insanların birbiriyle iletişim kurabilmeleri amacıyla Facebook'u kurmuştur. Yani Facebook'un asıl amacı insanların birbiriyle iletişim kurabilmesini sağlamaktır (Tiryakioğlu ve Erzurum, 2011:1037).

Heather Rogers Haverback Towson Üniversitesi Facebook'u çalışma grupları oluşturarak, öğretmen adaylarının buluşabilecekleri bir platform olarak kullanmıştır. Gruba katılan adaylar birbirleriyle bilgi ve deneyimlerini paylaşırken olumlu ve olumsuz eleştiriler yaparak birbirlerine yardımcı olmuşlardır. Çalışma sonucunda öğrencilerin kitap okumalarını desteklemek amacıyla sosyal ağ üzerinden kitap okuma kulüpleri kurulması, tartışma ortamının oluşturulması böylece yorum yapma gücünün geliştirilmesine imkan sunulması tavsiye edilmiştir (Gülbahar vd., 2014:3). Diğer sosyal ağlardan Flickrile video ve resim paylaşılabilirken, Twitter 280 karakter ile kendini ifade etme imkanı sunar ve Ning insanların ilgilerini paylaşmalarına yardımcı olur.

### **2.2. İnternetin Eğitim Sürecine Yansımaları**

Günümüzde bilginin her geçen gün farklı bir boyut kazanması iletişim teknolojileri aracılığıyla eğitimde kullanma zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Bu da öğrencilerinin yeni öğrenme kanallarını keşfetme zorunluluğunu meydana getirmiştir (Dinçer ve Uyar, 2015:453-470). Akkoyunlu ve Yılmaz (2005) öğretmen adaylarının interneti kullanım amaçları, interneti kullanım bilgi düzeyleri, hangi aralıklarla interneti kullandıklarını inceledi ve genellikle bilgi elde etmek için kullandıkları sonucuna varmışlardır. Bunun yanında Duggan ve arkadaşları (2001) üniversite öğrencilerinin interneti eğitsel ortamda kullanabilme davranışlarını inceledi. Çalışma sonucunda öğrencilerin eğitsel içerikli siteleri kullandıkları, bu siteler aracılığıyla arkadaşları ile bilgi paylaşımında buldukları ve interneti genellikle araştırma yapmak için kullanma eğilimlerinin yüksek olduğu gibi genel ve özel amaçlar için de kullandıkları sonucuna varmışlardır.

Şahin, farklı yaş grupları üzerinde yaptığı çalışmasında üniversite öğrencilerinin haftada en az bir kez akademik araştırmalar yapmak için interneti kullandıklarını, lise ve ilkökul çağındaki öğrencilerin ödevlerini yapma, arkadaşlarıyla iletişim kurma ve araştırmalar yapmak için interneti kullandıklarını tespit etmiştir (Şahin, 2009:462). Son zamanlardaki teknolojik gelişmeler organizasyonların da yeniden yapılandırılması gerekliliğini beraberinde

getirmiştir. Teknolojik gelişmelere ayak uyduran imkânlarını çalışanlarının kullanımına ve gelişimlerine sunan organizasyonlar varlıklarını daha da büyüyerek sürdürürken, ayak uyduramayan ve sadece seyirci olarak kalan organizasyonlar ise rekabet ortamlarından uzaklaşabilmekte, zamanla küçülmekte ve yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedirler (Çakır ve Yükseltürk, 2010:501-512).

### **3. E-ÖĞRENMENİN GELİŞİMİ**

Bir Uzaktan Eğitim türü olan E-öğrenme öğretici kaynaklar ile öğrenen arasındaki kısıtlılıkları ortadan kaldıran, birçok alanda etkinlik gösteren ve faydacı yaklaşımı esas alan bir alandır. Uzaktan eğitim alanındaki dönemlere bakıldığında öğrenme ve öğretme odaklı bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı, böylelikle uzaktan eğitimin hangi zamanlarda yapılacağı belirlendiği görülmüştür. Uzaktan Eğitim öğrenmenin yanı sıra; esneklik ve açıklık üzerine de dikkat çekmektedir (Bozkurt, 2017:85-124).

20. yy başlarında ABD televizyonu bir eğitim aracı olarak kullanmıştır. Eğitim amaçlı kullanılan televizyon yazılı bilgi kaynaklarının sunduğu olanakların ötesinde görseelliğin ön plana çıkmasına imkan sağlamıştır. Okuma yazmayı bilmeyen birçok insan televizyon ile daha hızlı bir şekilde farklı alanlarda bilgi sahibi olmuştur. Gelişen teknoloji sayesinde sosyal, ekonomik ve fiziksel sebeplerden eğitim sürecine aktif olarak katılmayan birçok insan sistemin bir parçası haline gelmiştir (Toplu ve Gökçearsan, 2017:501-503).

### **4. ÖZ YETERLİLİK ALGISI**

Öz-yeterlik bireyin belirli bir performans düzeyine ulaşabilmek amacıyla davranışlarını düzenleyebilme ve gerçekleştirme becerilerine olan inancı, bireyin kendine yönelik genel algısı olarak ifade edilebilir (Bardakçı vd., 2018:60-72). Öz yeterlik düzeyi yüksek olan kişiler, bir işin bir işin üstesinden gelebilmek için önemli ölçüde çaba sarf eder ve karşılaştıkları olumsuzluklarda çabuk pes etmezler (Şahin,2009:463).

Şireci (2017), Fırat Üniversitesi Hastanesi Endokrin Polikliniğindeki diyabetli hastaların hastalıklarını kabul etme, bakımlarını yapabilmelerindeki öz yeterlilik düzeyleri ve bunlar arasındaki ilişkiyi saptamaya yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışma sonucunda hastaların öğrenim düzeyleri, cinsiyet ve hastalıklarına ait bilgileri edinebilmeleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmazken; tedavi yöntemi, yaş değişkeni ve hastalığın kontrol sıklıkları açısından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Keinki ve arkadaşlarının (2016), 'Kanser Hastalarının Bilgi İhtiyaçları ve Hastalık, Öz yeterlilik ve Kontrol Odağı Etkilerinin Algılanması ile ilgili 185 hasta üzerinde yaptıkları çalışmada bilgi gereksinimleri ile kanser hastalarının hastalığın etkisine ilişkin algıları, öz yeterlik ve kontrol odağı arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak hastalık üzerindeki kendi kontrolünü çok iyi algılayan hastaların, kendileri için mevcut olan herhangi bir bilgi kaynağını daha sık kullandıkları ve daha fazla bilgi edinmeye çalıştıkları, buna karşılık öz yeterliliği düşük olan hastaların bilgi ihtiyaçlarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

## 5. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü öğrencilerinin eğitsel-sosyal ağ kullanımına yönelik öz yeterlik algılarını belirlemek ve demografik değişkenlerin bu algı üzerinde bir etkisi olup olmadığını test etmek amacıyla yapılmıştır.

### 5.1. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Çalışma evrenini Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi oluştururken araştırma örneklemini Sağlık Yönetimi Bölümü'nün tüm öğrencileri oluşturmaktadır. Bu çalışma 01.12.2018-31.12.2018 tarihleri arasında %61.7 (74) kız, 38.3 (46) erkek olmak üzere toplamda 120 kişiye Basit Tesadüfi Örnekleme yöntemi ile uygulanmıştır. Bu bölümde, işlem yolu, ölçme aracı, verilerin analizi ve çalışma grubu üzerinde durulmuştur. Cronbach Alfa ile hesaplanan güvenilirlik katsayısı, 0,92 olarak ölçülmüştür. Araştırmalarda kullanılacak ölçme araçları için öngörülen güvenilirlik düzeyinin 0.70 olduğu (Tavşancıl, 2014:29) dikkate alındığında, ölçeğe ilişkin güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tabachnick & Fidel (2013)'e göre araştırma dâhilinde kullanılan ölçeklerin skewness ve kurtosis değerlerin -1,5 ile +1,5 aralığında olması normal dağılım aralığında olduğu ve ölçeğin kullanıma uygun olduğunu gösterir. Yapılan analiz sonucunda -1,5 le +1,5 arasında değer aldığı görülmüştür. Veri toplama aracı olarak Şahin (2009) tarafından geliştirilen "Eğitsel İnternet Kullanım Öz-yeterliği İnançları Ölçeği (EİKÖ)" kullanılmıştır. Anket yetersizim (1), kısmen yeterliyim (2), yeterliyim (3), oldukça yeterliyim (4), tamamen yeterliyim (5) olmak üzere beşli likert şeklinde tasarlanmış olup, toplam 28 maddeden oluşmakta ve tek faktörlü bir yapı sergilemektedir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 28 iken en yüksek puan ise 140'tır.

Çalışma verilerinin analizinde öncelikle katılımcıların "Eğitsel internet kullanımı öz-yeterlik inançları ölçeği" kullanım durumlarını saptamak amacıyla demografik ortalamaları hesaplanmıştır. Daha sonra katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançlarına yönelik toplam puan ortalaması ve min-max değerleri hesaplanmış ve katılımcıların cinsiyet, yaş, uyruk ve öğrenim türlerini test etmek amacı ile T testleri uygulanmış, okuduğu sınıfların Eğitsel internet kullanım düzeyleri açısından anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla da Anova testi uygulanmıştır.

### 5.2. Araştırmanın Hipotezleri

#### **Tablo 1:** Araştırma Kapsamında Oluşturulan Hipotezler

- 
- Hipotez 1:** Katılımcıların cinsiyetleri ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.
- 
- Hipotez 2:** Katılımcıların yaşları ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.
- 
- Hipotez 3:** Katılımcıların uyrukları ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.
- 
- Hipotez 4:** Katılımcıların öğrenim türü ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.
- 
- Hipotez 5:** Katılımcıların okuduğu sınıf ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.
-

## 6. BULGULAR ve TARTIŞMA

Çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir. Çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü’nde eğitim gören 120 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir

**Tablo 2:** Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	Kadın	74	61,7
	Erkek	46	38,3
Toplam		120	100,00
Yaş	17-20 yaş	63	52,5
	21-24 yaş	57	47,5
Okuduğu sınıf	1.Sınıf	38	31,7
	2.sınıf	50	41,7
	3.sınıf	13	10,8
	4.sınıf	19	15,8
Öğrenim durumu	1.öğretim	59	49,2
	2.öğretim	61	50,8
Uyruk	T.C.	110	91,7
	Diğer	10	8,3
Toplam		120	100,00

**Tablo 3:** Katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik Algılarına Yönelik Toplam Puan Ortalaması ve Min-Max Değerleri

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ölçek geneli	120	43,00	151,00	90,4583	20,74572

Yukarıdaki Tablo 3’e bakıldığında katılımcıların EİKÖ İnançları toplam puan ortalaması ( $\bar{X}=90,45\pm 20,74$ ) olarak hesaplanmıştır. Kabaran vd., (2016) çalışmasında Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançları ölçeği toplam puan ortalaması ( $98,592\pm 3,93$ ) olarak bulunmuştur. Yoldaş ve Argın (2015) çalışmasında ise EİKÖ puan ortalaması ( $92,13\pm 18,34$ )’tür. Görüldüğü üzere bulunan puan ortalamasının literatüre uygun olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 4:** Katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançlarının Cinsiyete Göre T Testi Analiz Sonuçları

	N		T değeri	P değeri	
Cinsiyet	74	Kadın	89,94 $\pm$ 20,54	-0,342	0,733
	46	Erkek	91,282 $\pm$ 1,25		

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin cinsiyetleri ile EİKÖ İnançları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir (t:-0,342; p:0,733). Buna göre “Katılımcıların cinsiyetleri ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.” şeklindeki H1

hipotezi reddedilmiştir. Tuncer ve Özü (2012)'ün çalışmasında sınıf öğretmeni adaylarının eğitsel internet kullanımına yönelik öz yeterlik algıları arasında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır. Baş (2011) tarafından yapılan çalışmada ise Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir.

**Tablo 5:** Katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik Algılarının Yaş Değişkenine Göre T Testi Analiz Sonuçları

	N		T değeri	P değeri
Yaş	63	17-20 yaş	89,87±21,07	-0,324
	57	21-24 yaş	91,102±0,54	0,747

Katılımcıların EİKÖ algı düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (t:-0,324; p;0,747). Buna göre "Katılımcıların yaşları ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır." şeklindeki H2 hipotezi reddedilmiştir. Yoldaş ve Arın (2015) çalışmasında da benzer bir sonuca rastlanıldığı görülmüş ve araştırmanın bu bulgusunu destekler nitelikte olduğu saptanmıştır.

**Tablo 6:** Katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançlarının Uyrak Değişkenine Göre T Testi Analiz Sonuçları

	N		T değeri	P değeri
Uyrak 110	T.C.		90,23±20,68	-0,387
10	Diğer*		32,90±22,37	0,699

\*Suriye, Türkmenistanlı öğrenciler.

Katılımcıların EİKÖ İnanç düzeyleri ile uyrak değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır (t: -0,387; p;0,699). Buna göre "Katılımcıların uyrakları ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır." şeklindeki H3 hipotezi reddedilmiştir. Gezer (2012) çalışmasında uyrak değişkeninin hangi gruplar arasında etkili olduğunu belirlemek için LSD testi uygulamış ve "Kütüphanelerde çeşitli kaynaklardan literatür taraması yapabilme" ifadesinde TC uyraklı öğrenciler ile KKTC uyraklı öğrencilerin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 7:** Katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik Algılarının Öğrenim Türlerine Göre T Testi Analiz Sonuçları

	N		T değeri	P değeri
Öğrenim türü	59	1.öğretim	90,332±3,68	-0,062
	61	2.öğretim	90,57±17,63	0,951

Katılımcıların EİKÖ İnanç düzeyleri ile öğrenim türleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (t: -0,062; p;0,951). Buna göre "Katılımcıların öğretim türü ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır." şeklindeki H4 hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 8:** Katılımcıların Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançlarının Okuduğu Sınıf Düzeylerine Göre Anova Testi Analiz Sonuçları

	N			F değeri	P değeri
	38	1.sınıf	92,92±22,14		
Okuduğu sınıf	50	2.sınıf	86,64±19,62	1,044	0,376
	13	3.sınıf	95,53±21,72		
	19	4.sınıf	92,10±19,99		

Katılımcıların EİKÖ İnanç düzeyleri ile okuduğu sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir (t: -1,044; p;0,376). Buna göre "Katılımcıların okuduğu sınıf ile Eğitsel İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır." şeklindeki H5 hipotezi reddedilmiştir. Yenilmez vd., (2011) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların eğitsel internet öz-yeterlik inançları ile sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ve bu çalışmada elde edilen bulgu ile uyumlu olduğu belirlenmiştir (Yenilmez vd., 2011).

## 7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sağlık Yönetimi bölümü öğrencilerinin eğitsel-sosyal ağ kullanımında öz-yeterlik (EİKÖ) düzeylerini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda öğrencilerin yaş, cinsiyet, uyruk, okuduğu sınıf ve öğrenim durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmada, Şahin (2009) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Çalışma sonucunda güven aralığının yeterli aralıkta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışmada uyruk değişkeninin eğitsel-sosyal ağ kullanımını etkilemediği görülmüştü ve cinsiyetin eğitsel-sosyal ağ kullanımına bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonunda öğrencilerin öğrenim durumu, okuduğu sınıf ve öğrenim türünün sosyal ağ kullanımı üzerine herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre H1, H2, H3, H4 ve H5 şeklindeki hipotezler reddedilmiştir.

Günümüzde sosyal medya kullanımı farklı alanlarda kullanılmaya devam edilmektedir. Her geçen gün artan teknoloji insanların interneti daha etkin kullanmasını zorunlu hale getirmiştir. Önceleri daha çok sosyal medya kullanımı olarak gerçekleşen sosyal ağ kullanımı günümüzde eğitim amaçlı kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle öğrencilerin de eğitim sitelerini daha yakından takip edebilmeleri ve araştırma yeteneklerini geliştirmeleri gerekmektedir. İçerisinde bulunduğumuz yirmi birinci yüzyılda da teknoloji artan bir hızla gelişmeye devam etmektedir. Gerek Eğitim kurumlarındaki alt yapının desteklenmesiyle gerekse öğrencilerimizin ve çocuklarımızın eğitimlerini destekleyerek, onlara gerekli zemini hazırlayarak internetin daha işlevsel bir şekilde hayatımızda yer almasını sağlayabiliriz.

Kahramanmaraş'ta gerçekleştirilen bu çalışma ile çeşitli yaş gruplarının internet kullanım biçimlerini belirlemeye çalışılmıştır. Bu konuda yapılan çalışma sayısının kısıtlı olması sebebiyle yapılan çalışmanın eğitsel internet kullanımına dikkat çekmesi, gerekli altyapının kurulması ve sosyal ağ kullanımı konusunda yeni bir bilinç oluşturulmasına önayak olunması, sosyal iletişim becerisinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu tür çalışmaların farklı düzeydeki okullarda



yapılması toplumun bilinçlenmesine katkı sağlayacaktır. Eğitsel internet kullanımına yönelik tutumların farklı çalışmalarla da desteklenmesi gerekmektedir. Türkiye’de bilimsel süreli yayınlar başta olmak üzere, bilgi kaynaklarının üretilmesinde elektronik yayıncılık da hızla yaygınlaşmaktadır. Bilimsel yayınlar başta olmak üzere bilgi kaynaklı yayınların üretilmesine yönelik elektronik kaynaklar artmaya devam etmektedir. Bu çalışmaların uzaktan eğitimi destekleyecek şekilde ele alınması ve sistemin bir parçası haline getirilmesi yönünde çalışmalar yapılması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akkoyunlu, Buket ve Yılmaz, Emine (2005), “**Öğretmen adaylarının bilgi okuryazarlık düzeyleri ile internet kullanım sıklıkları ve internet kullanım amaçları**”, Eğitim Araştırmaları, Cilt:19, ss.1-14.
- Arseven, Ayla (2016), “**Öz Yeterlilik: Bir Kavram Analizi’ Türk veya Türk Dilleri, Edebiyatı ve Tarihi Uluslararası Dönemi**”, Cilt:11, ss.68-80.
- Bardakçı, Salih, Sarıkaya, Yusuf ve Yöntem, Mustafa (2018), ‘**Sosyal Ağ Öz Yeterlik Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması**’ Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi, Cilt:4, Sayı, ss.60-72.
- Baş, Gökhan (2011), **İlköğretim öğretmenlerinin eğitsel internet kullanımı öz-yeterlik inançlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama**, Cilt:2, Sayı:1, ss.35-52.
- Bozkurt, Aras(2017) “**Türkiye’de uzaktan eğitimin dünü, bugünü ve yarını**” Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, ss.85-124.
- Çakır, Recep ve Yükseltürk, Erman (2010), ‘**Bilgi Toplumu Olma Yolunda Öğrenen Organizasyonlar, Bilgi Yönetimi Ve E-Öğrenme Üzerine Teorik Bir Çözümleme**’ Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt:18, Sayı:2, ss.501-512.
- Dinçer, Serkan ve Uyar, Murat (2015), ‘**E-Öğrenme Sistemlerinin Kullanımı Sürecinde Karşılaşılan Sınıf Yönetimi ile İlişkili Sorunlar ve Çözüm Önerileri**’ Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Cilt:21, Sayı:4, ss.453-470.
- Duggan, Ashley, Hess, Birian, Morgan, Deanna, Kim Sooyeon, Kim-Katherine, Wilson (2001) “**Measuring Students Attitudes Toward Educational Use of the Internet**”, Journal of Educational Computing Research, Volume:25, Issue:3, pp.267-281.
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (2013) **Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu**, Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı.
- Gezer, Çilem (2012), **Lisansüstü Eğitim Programlarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Araştırma Öz-Yeterliklerinin Değerlendirilmesi**, Yüksek Lisans Tezi, Lefkoşa.
- Gülbahar, Yasemin, Kalelioğlu, Filiz ve Madran, Orçun (2010), **Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. XV. Türkiye’de İnternet Konferansı**, İstanbul ss.3
- Kabaran, Hasret, Altıntaş, Sedat ve Kabaran, Güler (2016), “**Öğretmen Adaylarının Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançları İle Akademik Öz-Yeterlik İnançları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**”, Eğitim Kuram Ve Uygulama Araştırmaları Dergisi, Cilt:2, Sayı:1, ss.1-11.
- Karal, Hasan ve Kokoç, Mehmet (2010), ‘**Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması**’ Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT) Cilt:1, Sayı:3, ss.251-263.
- Keinki, C. (2016) ‘**Information Needs of Cancer Patients and Perception of ImpactoftheDisease, of Self-Efficacy, and Locus of Control**’ Journal of CancerEducation, Volume:31, Issue:3, pp.610-616.
- Sağbaş, Ensar, Ballı, Serkan ve Şen, Faruk (2017), ‘**Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri**’ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, ss.1-11.

- Şahin, İsmail (2009), '**Eğitsel İnternet Kullanım Öz yeterliği İnançları Ölçeğinin Geçerliliği ve Güvenirliği**' Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:21, Sayı:69, ss.462-463.
- Şireci, Emine ve Karabulutlu, Elanur (2017), '**Tip 2 Diabetes Mellituslu Hastaların Hastalıklarını Kabulleme Ve Kendi Bakımlarındaki Öz Yeterlilik Düzeylerinin Belirlenmesi**', Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, Cilt:21, Sayı:1, ss.48.
- Tabachnick, L.S., FIDELL, B.G. (2013), **Using Multi variate Statistics (Sixth Ed.)** Pearson, Boston.
- Tavşancıl, Ezel (2014), '**Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi**', 5.Baskı, Nobel Yayınları, Ankara.
- Tiryakioğlu, Filiz-Erzurum, Funda (2011), '**Bir Eğitim Aracı Olarak Ağların Kullanımı**' 2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications 27-29 April, 2011, Antalya-Turkey ss.1037.
- Toplu, Mehmet ve Gökçearslan, Şahin (2012), '**E-öğrenmenin Gelişimi ve İnternetin Eğitim Sürecine Yansımaları: Gazi Üniversitesi Örneği**', Cilt:26, Sayı:3, ss.501-505.
- Tuncer, Murat ve Özüt, Aytaç (2012), "**Sınıf öğretmeni adaylarının eğitsel internet kullanımına yönelik öz-yeterlik inançları**", Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Cilt:7, Sayı:2 ss.1079-1091.
- TÜİK (2017) "**Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması**", <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24863> Avrupa İstatistik Ofisi Veritabanı, [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc\\_cismt&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_cismt&lang=en).
- TÜİK, (2016).'**Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım İstatistikleri**' [http://www.tuik.gov.tr/basinOdasi/haberler/2016\\_83\\_20160720.pdf](http://www.tuik.gov.tr/basinOdasi/haberler/2016_83_20160720.pdf) 21.12.2018.
- Yenilmez, Kürşad, Turgut, Melih, Anapa, Pınar ve Ersoy, Mehmet (2011), "**İlköğretim matematik öğretmeni adaylarının eğitsel internet kullanımına yönelik öz-yeterlik inançları**", 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, 22-24 Eylül, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Yoldaş, Cenk ve Arın, Ferhat (2015), "**Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Eğitsel İnternet Kullanım Öz-Yeterlik İnançlarının İncelenmesi**", Journal of Research in Education and Teaching, Cilt:4, Sayı:1, ss.276-283. <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (Erişim Tarihi: 01.31.2019).

## YAZIM VE YAYIN KURALLARI

1. Makaleler metin, tablo, şekil ve kaynak kısımları ile birlikte toplam 2.500 kelimedenden az, 7.500 kelimedenden fazla olmaması (derginin sayfa düzenine göre yaklaşık 8-20 sayfa aralığından olması) incelemeye alınmasının ön koşuludur. Makaleler; Microsoft Word programında, kenarlardan (alt, üst, sağ, sol) 4,5 cm. boşluk bırakılarak, Cambria yazı tipinde, 10 punto ve 1 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır.
2. Makalenin ilk sayfasında; makalenin başlığı büyük harfle, sayfa ortalanarak ve koyu olarak verilmelidir. Bunun altına ise yazarların isimleri ve adresleri başlıkla aynı şekilde verilmeli ve yazarların unvanları ve kurumları, isimlerin yanına konulacak yıldız işareti ile ilk sayfanın altında yer alacak not ile belirtilmelidir. İsimlerden sonra makale hangi dilde yazılmışsa (Türkçe veya İngilizce) önce o dilde en fazla 100 kelimedenden oluşan öz (abstract), altında ise diğer dilde (İngilizce veya Türkçe) yazılan en fazla 100 kelimedenden oluşan ikinci bir abstract (öz) verilmelidir. Türkçe ve İngilizce dilde hazırlanacak özler makalenin amacını, uygulanan metotları, bulguları ve sonuçları açıklamalıdır. Özlerin altında yer alan anahtar kelimeler ise Türkçe ve İngilizce olarak makalenin içeriğini en iyi anlatan; en az 3, en fazla 9 kelime (key words) olarak verilmelidir.
3. Makalenin ikinci sayfasından başlayacak metnin içerisindeki her paragraftan sonra 1 satır boşluk bırakılmalı ve paragraflar içeriden başlamalıdır. Metin içinde yer alacak ana başlıklar ve alt başlıklar 1., 1.1., 1.1.2. şeklinde numaralandırılmalı, koyu ve sola bitişik olarak yazılmalıdır.
4. Tablo, grafik ve şekiller metnin içerisinde yer almalı ve bunlara sola yanaşık başlık ve sıra numarası verilmelidir. Başlıklar tabloların ve şekillerin üzerinde yer almalıdır. Tablo ve şekiller sayfa içerisinde dikey olarak verilmelidir. Tam sayfa olan tablo ve şekiller sayfaya yatay olarak yerleştirilebilir. Denklemler sayfaya ortalı olarak verilmeli ve denklemlere verilecek sıra numaraları parantez içinde ve denklemin sağına yerleştirilmelidir.
5. Kaynaklara yapılan göndermeler, dipnotlar yerine metin içinde parantez arasında gösterilmeli ve sırasıyla yazarın soyadı ve tarih yazılarak verilmelidir. Örneğin; tek yazar olması durumunda (Jarvick, 1996:98), iki yazar olması durumunda (Frantzich ve Sullivan, 1996:87), yazarlar ikiden fazlaysa (Caroline, Pauwels, v.d., 2000). yazarın aynı yıl içinde yayımlanmış birden fazla eserine gönderme yapılıyorsa (Noam, 1991a:65) kullanılmalıdır. Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler birbirlerinden noktalı virgülle ayrılmalıdır. (Jarvick, 1996:54; Noam, 1991:43; Dörr, 2000:32).
6. Açıklama gerektiren durumlar için hazırlanan dipnotlar metnin içinde numaralandırılmalı ve atıf yapılan sayfada yer almalıdır. Dipnotlar 10 punto ile satır aralıksız Cambria yazı tipinde yazılmalıdır.
7. Atıf yapılan bütün kaynaklar, çalışmanın sonunda "Kaynakça" başlığı altında gösterilmelidir. Kaynaklar alfabetik sırada ve aşağıdaki örnekler dikkate alınarak verilmelidir.

## YAZIM VE YAYIN KURALLARI

### **i. Kitap**

Çolak, Ö. F. (2001). *Finansal Piyasalar ve Para Politikası*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Frantzich, S. ve John, S.. (1996). *The C-Span Revolution*. Oklohama:Oklahoma University Press.

### **ii. Derleme**

Arıcı, K. (2003). Sosyal Yardım Hakkı. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri-Seçme Yazılar, (Ed.) E. Tuncay Kaplan ve Bülent Bayat. Ankara: Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayını.

### **iii. Dergi**

Aydoğmuş, O. ve Çatık, N.. (2006). Türkiye'de Para ikamesi Altında Para Talebi:1986-2005. *Tisk Akademi*, 1(1): 58-74.

### **iv. Çalışma Tebliği**

Shirley, M. M. ve Walsh, P.. (2000). Public versus Private Ownership. *World Bank Policy Research Working Paper*, No:2420.

### **v. İnternet**

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2007) Aylık Bülten Şubat 2011, [www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)

## **MANUSCRIPT STYLE AND FORMAT**

1. Articles including text, tables, figures and bibliography should not exceed 7500 words and should be minimum 2500 words ( depending on the page format, should be between 8-20 pages). Papers should be written in Microsoft Word, manuscript should be single spaced, in Cambria font, and font size 10, page layout is 4.5 cm at left, right, up and bottom.
2. Paper title should be in the center of the first page in capital letters, bold and centered. The author name(s) and address(es) should be centered under the title. Name(s) and address(es) of the author(s) should be in the same format as the paper title. There should be a "\*" sign next to the name of each author, referring the academic title and institution of the author, located in footnote. Abstract should be both in Turkish and english, maximum 100 words, containing the purpose of the study and minimum 3 maximum 9 keywords should be given both in Turkish and English under the abstract.
3. Each paragraph of text is begin with a blank line. Sections and sub-sections should be numbered as 1., 1.1., 1.1.2. and should be written bold and left justified.
4. Tables, figures and graphics should be numbered consecutively. The titles should be placed and left justified at the top of tables and figures. Mathematical equations in the text should be centered. Equation numbers should numerate in parentheses and this numbers should be placed at the equation's right size.
5. Reference to a publication should be made in the text by citing the surname of the author, the year of publication, and the page number. Reference for publications with single author (Jarvick,1996:98), reference for publications with two authors (Frantzich and Sullivan, 1996:87), reference for publications with three or more authors (Caroline, Pauwels, v.d., 2000:76), reference for more than one publications by author published in the same year (Noam, 1991a:65), reference for more than one sources: (Jarvick, 1996:54; Noam, 1991:43; Dörr, 2000:32).
6. Footnotes should only be used if absolutely necessary. They should be numbered and should be typed on a separate page under the heading "Notes", Cambria font and font size 10 points.
7. All the sources used in the article should be listed at the end of the article under the title "Bibliography" on a separate page. Examples illustrating general guidelines for bibliography are shown below.

## MANUSCRIPT STYLE AND FORMAT

### **i. Book**

Çolak, Ö. F.. (2001). Finansal Piyasalar ve Para Politikası. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Frantzich, S. ve John, S.. (1996). The C-Span Revolution. Oklohama: Oklahoma University Press.

### **ii. Edited Book**

Arıcı, K.. (2003). Sosyal Yardım Hakkı. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri-Seçme Yazılar, (Ed.) E. Tuncay Kaplan ve Bülent Bayat. Ankara: Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayını.

### **iii. Journal**

Aydoğmuş, O. ve Çatık, N.. (2006). Türkiye'de Para ikamesi Altında Para Tale-bi:1986-2005. Tisk Akademi, 1(1): 58-74.

### **iv. Working Paper**

Shirley, M. M. ve Walsh, P.. (2000). Public versus Private Ownership. World Bank Policy Research Working Paper, No:2420.

### **v. Internet**

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2007) Aylık Bülten Şubat 2011, [www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)