

yenifikir

ULUSLARARASIAKADEMİK FİKİR ARAŞTIRMA DERGİSİ

International Journal of Academic Research and Ideas

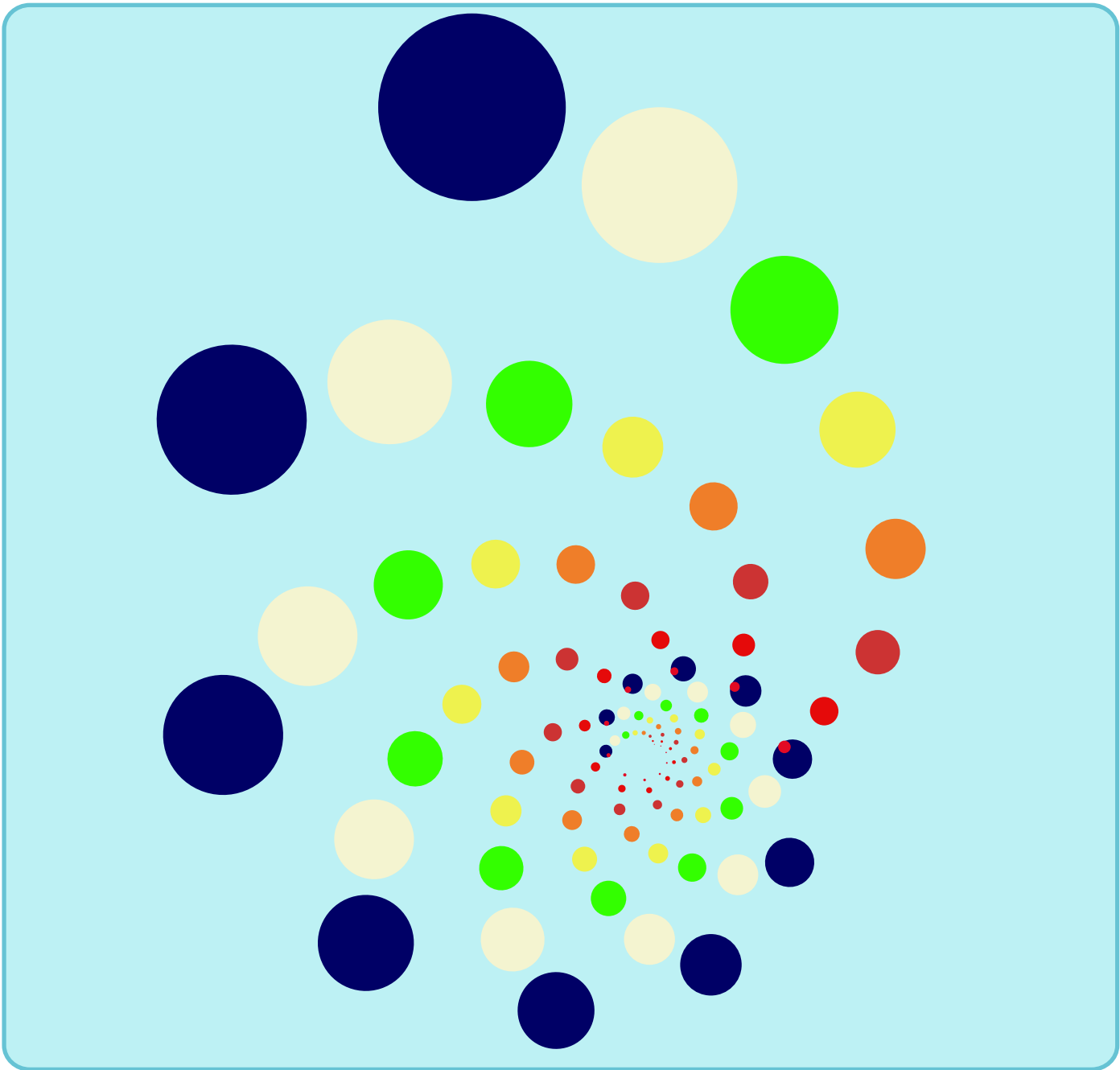
Yıl / Year: 2023

ISSN: 1308-9412

e-ISSN: 2757-7120

Dönem: Bahar - Yaz / Term: Spring - Summer

www.yenifikirdergisi.com



Cilt/Volume:15

Sayı/Issue:30

yenifikir

ULUSLARARASI AKADEMİK FİKİR ARAŞTIRMA DERGİSİ
International Journal of Academic Research and Ideas
Since 2009

Yıl: 2023 Dönem: Bahar - Yaz

Cilt: 15 Sayı: 30

Kuruluş Tarihi: 26 Nisan 2009

Bahar-Yaz ve Güz-Kış dönemi olmak üzere yılda iki
defa yayınlanır.
(28 Aralık-28 Temmuz)

Year: 2023 Term: Spring-Summer

Volume: 15 Issue: 30

The Date of Foundation: 26 April 2009

As Spring-Summer and Fall-Winter terms, Publishing
twice a year
(28th December-28th July)

İdari Kurul / Administrative Board

Yeni Fikir Stratejik Araştırmalar Merkezi
(Yeni Fikir SAM) adına;
On behalf of Yeni Fikir Strategic Research Center
(Yeni Fikir SAM);

Sahibi / Owner
Dr. Mesut MEZKİT

Yazı İşleri Müdürü / Chief Clerk
Gönül ŞAHİN MEZKİT

Teknik Koordinatör / Technical Coordinator
Ahmet Arif ÇOLAKOĞLU

Grafik-Tasarım / Graph Design By
Rabia ÇAKI

Akademik Kurul / Academic Board

Baş Editör / Editor in Chief
Dr. Mesut MEZKİT

Yardımcı Editörler / Associate Editors
Doç.Dr. Mustafa BAYHAN
Dr. Öğr. Üyesi Nezahat BELEN

BASKI / PRESSED BY: Detav Fotokopi Zafer Mahallesi 127 Sokak No:2/B AYDIN Tel: 0 256 215 37 30

REKLAM VE İLETİŞİM ADRESİ / COMMUNICATION
Ramazanpaşa Mahallesi 23 Sokak No 12 Kat 2 Efeler / AYDIN Tel.: 0(256) 214 48 21
www.yenifikirdergisi.com / <http://www.yfsam.com> / yenifikirjournal@gmail.com

ISSN: 1308-9412 E-ISSN: 2757-7120

AKADEMİK KURUL

BAŞ EDITÖR

Dr. Mesut MEZKİT Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, mesutmezkit@gmail.com

ALAN EDITÖRLERİ

Doç. Dr. Mustafa BAYHAN Pamukkale Üniversitesi, mbayhan@pau.edu.tr

Doç. Dr. İsmail ŞİMŞEK Pamukkale Üniversitesi, isimsek@pau.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÜNLÜ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, unlu100@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Erbil CÖMERTLER AKTUĞ Pamukkale Üniversitesi, ecaktug@pau.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi İsa ÇELİK Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, isacelik@mu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Nezahat BELEN Pamukkale Üniversitesi, nbelen@pau.edu.tr

SEKRETERYA

Ahmet Arif ÇOLAKOĞLU Leeds Üniversitesi, aarifcolakoglu@gmail.com

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Celaleddin SERİNKAN (Pamukkale Üniversitesi)

Prof. Dr. Akif FARZALİYEV (St. Petersburg Devlet Üniversitesi)

Prof. Dr. Mesiağa Mehemedi AHMED (Azerbaycan Bilimler Akademisi)

Prof. Dr. Jha AVDHESH, CVM (Charutar Vidya Mandal) Üniversitesi, Hindistan

Doç. Dr. Mustafa BAYHAN (Pamukkale Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÜNLÜ (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Azamat MAKSÜDÜNOV, Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan

Dr. Öğr. Üyesi İsa ÇELİK (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Nezahat BELEN (Pamukkale Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan Kemal HAYKIRAN (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)

Dr. Hans WERNER SCHMIDT (Goethe Enstitüsü)

ACADEMIC BOARD

EDITOR IN CHIEF

Dr. Mesut MEZKİT Aydın Adnan Menderes University, mesutmezkit@gmail.com

FIELD EDITORS

Assoc.Prof.Dr. Mustafa BAYHAN Pamukkale University mbayhan@pau.edu.tr

Assoc.Prof.Dr. İsmail SIMSEK Pamukkale University, isimsek@pau.edu.tr

Asist.Prof.Dr. Ahmet UNLU Aydın Adnan Menderes University, unlu100@gmail.com

Asist.Prof.Dr. Erbil COMERTLER AKTUG Pamukkale University, ecaktug@pau.edu.tr

Asist.Prof.Dr. İsa CELIK Mugla Sitki Kocman University, isacelik@mu.edu.tr

Asist.Prof.Dr. Nezahat BELEN Pamukkale University, nbelen@pau.edu.tr

SECRETARIAT

Ahmet Arif COLAKOĞLU, University of Leeds, aarifcolakoglu@gmail.com

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Celaleddin SERİNKAN (Pamukkale University)

Prof. Dr. Akif FARZALİYEV (St. Petersburg University)

Prof. Dr. Mesiağa Mehemedi AHMED (Azerbaycan Scientific Academy)

Prof. Dr. Jha AVDESH, CVM (Charutar Vidya Mandal) University, India

Assoc.Prof.Dr. Mustafa BAYHAN (Pamukkale University)

Asist.Prof.Dr. Ahmet UNLU (Aydın Adnan Menderes University)

Assist. Prof. Dr. Azamat MAKSUDUNOV, Kyrgyz Turkish Manas University, Kyrgyzstan

Asist.Prof.Dr. İsa CELIK (Mugla Sitki Kocman University)

Asist.Prof.Dr. Nezahat BELEN (Pamukkale University)

Asist.Prof.Dr. Ramazan Kemal HAYKIRAN (Aydın Adnan Menderes University)

Dr. Hans WERNER SCHMIDT (Goethe Institute)

DANIŞMA KURULU

1. Prof.Dr. Abdullah İLGAZİ -----(Dumlupınar Üniversitesi)
2. Prof.Dr. Ahmet NAHMEDOV -----(Adnan Menderes Üniversitesi)
3. Prof.Dr. Akif FARZALİYEV -----(St. Petersburg Devlet Üniversitesi)
4. Prof.Dr. Ali TAŞ -----(Kırıkkale Üniversitesi)
5. Prof.Dr. Ayşe İRMİŞ -----(Pamukkale Üniversitesi)
6. Prof.Dr. Ayşe ÜSTÜN -----(Sakarya Üniversitesi)
7. Prof.Dr. Duran NEMUTLU -----(Emekli Öğretim Görevlisi)
8. Prof.Dr. Fatima MATOS -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / Üniversitesi)
9. Prof.Dr. Fatima OUTEIRINHO -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / Üniversitesi)
10. Prof.Dr. Feyzullah EROĞLU -----(Pamukkale Üniversitesi)
11. Prof.Dr. Hilmi DEMİRKAYA -----(Akdeniz Üniversitesi)
12. Prof.Dr. Hüsametdin İNAÇ -----(Dumlupınar Üniversitesi)
13. Prof.Dr. Hüseyin ÜRETEN -----(Adnan Menderes Üniversitesi)
14. Prof.Dr. İsmail TOSUN -----(Süleyman Demirel Üniversitesi)
15. Prof.Dr. Maria DE FATIMA MORINHO -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / Üniversitesi)
16. Prof.Dr. Maria DO NOSCIMENTO -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / Üniversitesi)
17. Prof.Dr. Mehmet KARAYAMAN -----(Uşak Üniversitesi)
18. Prof.Dr. Mehmet MARANGOZ -----(Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
19. Prof.Dr. Mesiağa Mehemmedi AHMED -----(Azerbaycan Bilimler Akademisi)
20. Prof.Dr. Salih TUĞ -----(Emekli Öğretim Görevlisi)
21. Prof.Dr. Sebahat KÖK -----(Pamukkale Üniversitesi)
22. Prof.Dr. Süleyman İNAN -----(Pamukkale Üniversitesi)
23. Prof.Dr. Süleyman KIZILTOPRAK -----(Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)
24. Prof.Dr. Şaban ORTAK -----(Afyon Kocatepe Üniversitesi)
25. Prof.Dr. Turgay UZUN -----(Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
26. Prof.Dr. Zulmira SAUTOS -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / Üniversitesi)
27. Doç.Dr. Arzu GÜRDOĞAN -----(Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
28. Doç.Dr. Cihan ÖZGÜN -----(Ege Üniversitesi)
29. Doç.Dr. Ercan UYANIK -----(Dokuz Eylül Üniversitesi)
30. Doç.Dr. Filiz ÇOLAK -----(Uşak Üniversitesi)
31. Doç.Dr. Mustafa BIYIKLI -----(Dumlupınar Üniversitesi)
32. Doç.Dr. Ozan KAYA -----(Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
33. Dr. Halil İbrahim HAKSEVER -----(Ondokuz Mayıs Üniversitesi)
34. Dr. Hans WERNER SCHMIDT -----(Goethe Enstitüsü)
35. Dr. Hicabi ARSLAN -----(Adnan Menderes Üniversitesi)
36. Dr. Mehmet BAŞARAN -----(Adnan Menderes Üniversitesi)
37. Dr. Mustafa ASLAN -----(Sakarya Üniversitesi)
38. Dr. Şeyma Gün EROĞLU -----(Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
39. Dr. Hans WERNER SCHMIDT -----(Goethe Enstitüsü)

(Ünvan ve isim sırasına göre yazılmıştır)

ADVISORY BOARD

1. Prof.Dr. Abdullah ILGAZI -----(Dumlupinar University)
2. Prof.Dr. Ahmet NAHMEDOV -----(Aydın Adnan Menderes University)
3. Prof.Dr. Akif FARZALIYEV -----(St.Petersburg University)
4. Prof.Dr. Ali TAS -----(Kirikkale University)
5. Prof.Dr. Ayse IRMIS -----(Pamukkale University)
6. Prof.Dr. Ayse USTUN -----(Sakarya University)
7. Prof.Dr. Duran NEMUTLU -----(Retired Lecturer)
8. Prof.Dr. Fatima MATOS -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / University)
9. Prof.Dr. Fatima OUTEIRINHO -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto/ University)
10. Prof.Dr. Feyzullah EROGLU -----(Pamukkale University)
11. Prof.Dr. Hilmi DEMIRKAYA -----(Akdeniz University)
12. Prof.Dr. Husamettin INAC -----(Dumlupinar University)
13. Prof.Dr. Huseyin URETEN -----(Aydın Adnan Menderes University)
14. Prof.Dr. Ismail TOSUN -----(Suleyman Demirel University)
15. Prof.Dr. Maria DE FATIMA MORINHO -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / University)
16. Prof.Dr. Maria DO NOSCIMENTO -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / University)
17. Prof.Dr. Mehmet KARAYAMAN -----(Usak University)
18. Prof.Dr. Mehmet MARANGOZ -----(Mugla Sitki Kocman University)
19. Prof.Dr. Mesiaga Mehemmedi AHMED -----(Azerbaijan Scientific Academy)
20. Prof.Dr. Saban ORTAK -----(Afyon Kocatepe University)
21. Prof.Dr. Salih TUG -----(Retired Lecturer)
22. Prof.Dr. Sebahat KOK -----(Pamukkale University)
23. Prof.Dr. Suleyman INAN -----(Pamukkale University)
24. Prof.Dr. Suleyman KIZILTOPRAK -----(Mimar Sinan Guzel Sanatlar University)
25. Prof.Dr. Turgay UZUN -----(Mugla Sitki Kocman University)
26. Prof.Dr. Zulmira SAUTOS -----(Faculdade De Letras Da Universidade Do Porto / University)
27. Assoc.Prof.Dr. Arzu GURDOGAN -----(Mugla Sitki Kocman University)
28. Assoc.Prof.Dr. Cihan OZGUN -----(Ege University)
29. Assoc.Prof.Dr. Ercan UYANIK -----(Dokuz Eylul University)
30. Assoc.Prof.Dr. Filiz COLAK -----(Usak University)
31. Assoc.Prof.Dr. Mustafa BIYIKLI -----(Dumlupinar University)
32. Assoc.Prof.Dr. Ozan KAYA -----(Mugla Sitki Kocman University)
33. Dr. Halil Ibrahim HAKSEVER -----(Ondokuz Mayıs University)
34. Dr. Hans WERNER SCHMIDT -----(Goethe Institute)
35. Dr. Hicabi ARSLAN -----(Aydın Adnan Menderes University)
36. Dr. Mehmet BASARAN -----(Aydın Adnan Menderes University)
37. Dr. Mustafa ASLAN -----(Sakarya University)
38. Dr. Seyma Gun EROGLU -----(Mugla Sitki Kocman University)
39. Dr. Hans WERNER SCHMIDT -----(Goethe Institute)

(It has written in order of title and name.)

ETİK İLKELER VE YAYIN POLİTİKASI

1. Yeni Fikir Dergisi, sosyal bilimler alanında iki dilde (Türkçe ve İngilizce) yayın yapan, uluslararası hakemli bir dergidir.
2. Yeni Fikir Dergisinin bütün yayın hakları Yeni Fikir Dergisi'ne aittir ve www.yenifikirdergisi.com adresinde yayınlanır.
3. Yeni Fikir Dergisi, basılı olarak da yayınlanır.
4. Yeni Fikir dergisi'ne yayınlanmak üzere gönderilen çalışmalar, en az iki hakeme (değerlendiriciye) olmak üzere, çift-körleme hakemlik sürecinden geçerek uygun bulunması halinde yayınlanır. Çift-körleme hakemlik süreci, makale yazar(lar)ının ve hakemlerin kimliklerinin birbirlerinden gizlenerek yapılan bir yöntemle incelenmesi temeline dayanır.
5. Hakemlerimizin değerlendirmelerini "Yeni Fikir Dergisi Hakem Değerlendirme Formu Şablonu'na" uygun olarak oluşturması gerekmektedir.
6. Makalelerin Yeni Fikir Dergisine başvuru formu doldurularak gönderilmesi, yayımı için başvuru anlamını taşır ve makalelerin tüm hakları Dergiye geçmiş sayılır.
7. Makalelerin yayımlanabilmesi için daha önce bir başka yayın organında yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere kabul edilmemiş olması gerekir. Daha önce bildiri şeklinde sunulmuş olan çalışmaların değerlendirme sürecine kabul edilebilmesi için; çalışmanın daha önce bildiri olarak sunulduğunun ve genişletilmiş-gözden geçirilmiş olduğunun makale içerisinde belirtilmesi gerekmektedir.
8. Yeni Fikir dergisi yılda en az 2 defa çıkarılır. Çıkarılan 2 sayı dışında özel sayı olarak da yayın yapılabilir.
9. Yazarların Turnitin, IThenticate vb. platformlardan benzerlik (intihal) raporunu kendileri oluşturarak başvuru formuna eklemeleri gerekmektedir. Benzerlik oranı %20'nin üzerinde olan makaleler hakem süreci başlatılmaksızın reddedilmektedir.
10. Yazarların, yayın için gönderdikleri yazının daha önce bir başka yayın organında yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere kabul edilmemiş olduğuna dair beyanını içeren "Telif Hakkı Formu"nu imzalayarak göndermeleri gerekir.
11. Çeviri ve inceleme yükümlülükleri ile hakem heyetine gönderilecek yazıların yükümlülükleri yazara aittir.
12. Makaleler yazarların talebi doğrultusunda Türkçe ve İngilizce dışında farklı dillerde de yayımlanabilecektir. (Rusça-Fransızca-Arapça-İspanyolca-İtalyanca vb. gibi) Akademik yazıların dışında seviyeli yorum, görüş, tartışmalara da yer verilecektir.
13. Yazıların sorumluluğu yazarlarına, reklamların sorumluluğu da reklam verenlere aittir.
14. Derginin ve yazarın ismi kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.
15. Akademik çalışmalarla ilgili, hakemlerin verdiği olumlu ya da olumsuz görüş, çalışmanın yazarına bildirilir; gerekli düzeltmeler istenebilir.
16. Yeni Fikir dergisine gönderilen çalışmaların düzeltme vb. amaçlar ile yazar tarafından cevaplanma süresi 15 gündür. Bu zaman içerisinde cevap verilmeyen çalışmalar kapsam dışı bırakılmaktadır.
17. Yeni Fikir dergisinde yayımlanacak polemik konusu olan çalışmalarda en fazla 2 kez cevap yazma hakkı tanınır.

ETHICAL PRINCIPLES AND PUBLICATION POLICY

1. Yeni Fikir Journal is an international refereed journal that publishes in two languages (Turkish and English) in the field of social sciences.
2. All publishing rights of Yeni Fikir Journal belong to Yeni Fikir Journal and it is published at www.yenifikirdergisi.com.
3. The Journal of Yeni Fikir is also published in print.
4. Studies submitted to Yeni Fikir journal to be published are published to at least two referees (to the evaluator), if they are found appropriate by going through a double-blind refereeing process. The double-blind refereeing process is based on examining the identities of the author (s) and referees in a way that is done in disguise from each other.
5. Our referees are required to make their evaluations in accordance with the "Yeni Fikir Journal Evaluation Form Template for Referees".
6. Submitting the articles to Yeni Fikir Journal by filling the application form means an application for publication and all rights of the articles are deemed to have been transferred to the Journal.
7. In order for articles to be published, they must not have been previously published in another publication or accepted for publication. In order for the studies previously presented as a paper to be accepted into the evaluation process; It should be stated in the article that the study was presented as a paper before and that it was expanded-revised.
8. The Journal of Yeni Fikir is published at least twice a year. Apart from the 2 issues issued, it can be published as a special issue.
9. Authors' Turnitin, IThenticate etc. They must create the similarity (plagiarism) report from the platforms and add it to the application form. Articles with a similarity rate of over 20% are rejected without initiating the referee process.
10. Authors are required to sign and send the "Copyright Form", which includes the statement that the article submitted for publication has not been published in another publication or has not been accepted for publication.
11. The translation and review obligations and the obligations of the articles to be sent to the arbitration committee belong to the author.
12. Articles can be published in languages other than Turkish and English, upon request of the authors. (Such as Russian-French-Arabic-Spanish-Italian etc.) Discreet comments, opinions, discussions will be included in addition to academic articles.
13. The responsibility of the articles belongs to the authors and the responsibility of the advertisements belongs to the advertisers.
14. Quotations can be made by indicating the name of the journal and the author.
15. The positive or negative opinions of the referees regarding academic studies are notified to the author of the study; necessary corrections may be requested.
16. Correction etc. of the works sent to Yeni Fikir journal. Reply by the author with the purposes is 15 days. Studies that are not answered within this time are excluded from the scope.
17. In the studies with polemic subject to be published in Yeni Fikir journal, the right to reply at most 2 times is given.

MAKALE YAZIM KURALLARI

1. Dergiye gönderilen yazıların dergi kurallarına göre düzenlenmesi zorunludur. Dergi editörlüğü, yazım kurallarına uymayan yazıları yayınlamayabilir veya düzeltmek üzere yazara iade edebilir.
2. Makalede aşağıdaki bilgiler bulunmalıdır:
a-Türkçe başlık, b- İngilizce başlık, c-Özet, d-Anahtar Kelimeler, e- Abstract, f-Keywords, g-Dipnot, ğ-Kaynakça
3. Makaleler web sitesinden ve başvuru formundan ulaşılabilen "Makale Yazım Şablonu"(docx) kullanılarak yazılmalıdır. Bu şablonun kapak sayfasında yer alan yazar bilgileri ve makale başlığı alanları yazar tarafından doldurulmalıdır. Kapak sayfasında yer alan cilt/sayı/geliş tarihi/kabul tarihi/yayın tarihi/atıf bilgisi ve taranan intihal programına ilişkin açıklama kısmı editörlük tarafından düzenlenecektir. Makale yazım şablonuna ilişkin oluşturulan ayrıntılı kurallar aşağıda listelenmiştir.
4. Yazılar A4 boyutundaki kâğıdın sayfanın solundan ve üstünden 2 cm, sağından ve altından 2 cm boşluk bırakılarak, tek satır aralıkla, 9 punto ve Palatino Linotype harf karakteri kullanılarak yazılmalıdır. Makalenin Kapak sayfası, Öz/Abstract sayfası ve Ek Bilgiler/Appendix sayfası Tek sütun düzeninde Giriş başlığından itibaren başlayan makalenin ana metnini içeren tüm sayfalar iki sütuna ayrılmış düzende olmalıdır. İki sütun arasındaki boşluk 1cm ve her bir sütun genişliği 8 cm olmalıdır. Sayfa numaraları çift sayfalarda sol alt köşeye, tek sayfalarda ise sağ alt köşeye eklenmelidir. Çalışmanın tamamı, özet ve kaynakçayla beraber toplamda 25 sayfayı geçmemelidir. Yazılar dizgi, düzeltme ve baskı işlerinin kolaylığını sağlamak için bilgisayarlarda yaygın olarak kullanılan yazım programı ile (Word) yazılmalıdır.
5. İlk başlık metnin yazıldığı dilde, 12 punto, baş harfleri büyük olacak şekilde, ortalanarak ve koyu yazılmalıdır. İkinci başlık diğer dilde 12 punto, baş harfleri büyük olacak şekilde, ortalanarak, koyu ve italik yazılmalıdır.
6. Bir kongre bilgi şöleni ve toplantıda sunulmuş veya tez olarak kabul edilmiş çalışmalar, yayın kurulu tarafından uygun görülmesi durumunda, tarih ve yer bildirmek şartı ile yayımlanabilir. Bu konudaki her türlü sorumluluk yazarlara ait olmakla birlikte İngilizce ve Türkçe başlıklara " * " karakteri ile dipnot eklenerek ilgili yazının bildiriden/kongreden/tez çalışmasından derlendiği belirtilmelidir.
7. Atıf sisteminde aşağıda gösterilen iki sistemden biri tercih edilmelidir: Atıflar American Psychological Association 6th Edition (APA) uluslararası standart baz alınarak yapılmalıdır.
 - a. Metin Altı Dipnot Sistemi: Dipnotlar Palatino Linotype yazı karakteri ile 8 punto olarak yazılmalıdır. Dipnot verilirken Öz Abstract sayfası dışındaki tüm dipnotlar 1, 2, 3 olarak numaralandırılmalıdır. Dipnotlarda tek satır aralığı kullanılmalıdır.
 - b. Metin İçi Kaynak Gösterimi: Metin içi kaynak gösterme cümle içi veya cümle sonunda [Yazar(lar)ın Soyad(lar)ı, Yıl: Sayfa No] sırasına göre yapılmalıdır. Alıntı yapılan eserin yazar(lar)ının yalnız soyad(lar)ı (ilk harfi büyük, diğerleri küçük harf olarak), eserin yayın yılı ve kullanılan dipnotun sayfa numarası yazılmalıdır.
8. Özetle çalışmanın amacı, içeriği ve sonuçları hakkında kısa açıklayıcı bilgiler bulunmalıdır. Özeti altındaki anahtar kelimeler; en az 3, en çok 7 kelime olarak verilmelidir. Çalışma Türkçe ise Türkçe anahtar kelimelerin altına, İngilizce başlık, İngilizce özet ve anahtar kelimeler yazılmalıdır. Eğer çalışma yabancı dille yazılmışsa, ikinci başlık Türkçe olmalı ve Türkçe özet ve anahtar kelimeler yer almalıdır. Makalenin hem yazım dilindeki özeti hem de Türkçe özeti 250 kelimeyi aşmamalıdır. Özetler 9 punto ve tek satır aralığıyla yazılmalıdır.
9. Çalışmalar yazım planı doğrultusunda bölüm ve alt bölüm başlıkları olarak girinti olmadan yazılmalı ve çalışma ana başlık ve alt başlıklar, gerekli görülmesi durumunda 1.- 1.1.- 1.1.2.-1.1.2.1.- 1.3.- 1.4. şeklinde beş dereceye kadar numaralandırılabilir. Birinci derece başlıklar koyu olarak bütün kelimelerin harfleri büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Diğer düzeydeki başlıkların bütün kelimelerinin ilk harfleri büyük, diğer harfler ise küçük olacak şekilde, kalın olarak yazılmalıdır. Yazılarda paragraf başlarında 1 cm girinti bırakılmalı, başlık paragraf aralığı önce 6 cm, sonra 0 cm olarak ayarlanmalıdır. Normal paragraf aralıkları da önce 6 nk, sonra 6 nk şeklinde oluşturulmalıdır. Özet/Abstract kısmı hariç, gövde metninde, bütün başlıklar 10 punto olarak ayarlanmalıdır.
10. Makalelerde Giriş'in altına (1.1. vb. gibi) alt başlık açılmamalıdır. Yeni açılan başlık birinci dereceden bir başka başlık (2. gibi) olmak zorundadır.
11. Tablo ve şekillerdeki yazılar, 8 veya 9 punto olarak seçilebilir ve tek satır aralığında olmalıdır. Tablo ve şekil başlıkları koyu yazılmalıdır. Tablo ve şekillerin sayfa ve sütun kenarlarının dışına taşmaması sağlanmalıdır. İki sütun düzenindeki sayfalarda tek bir sütuna sığmayacak büyüklükte olan Tablo ve Şekiller Ek Bilgiler/Appendix bölümünde verilmelidir. Tablo numaralandırılmalı ve tablonun başlığı, içeriğini anlatacak şekilde yazılmalı ve tablonun alt tarafında verilmelidir. (Tablo 1: İşçilerin kararlara katılma düzeyleri). Tablo başlığı ikinci satıra sarkıyor ise ikinci satır tablo numarası hizasından sonra başlamalıdır. Tablo eğer başka bir çalışmadan aktarılmış ise ayrıca tablonun altına, alıntı yapılan kaynak gösterilmelidir. Kaynak verilirken Kaynak: Yazarın Soyadı, kaynağın basım tarihi: Tablonun kaynaktan alındığı sayfa sayısı ya da sayfa aralığı (Kaynak: Solak, 2006: 25-26) biçiminde verilmelidir. Tablo sadece yatay ve dikey çizgiler kullanılarak oluşturulmalıdır. Şekiller numaralandırılmalı, başlıklar da şeklin içeriğini anlatacak şekilde yazılmalı ve şeklin altında yer almalıdır. (Şekil 1: Gelirin yıllara göre dağılımı). Eğer şekil başka bir kaynaktan aktarıldıysa, şekil açıklamasının altına kaynakla ilgili bilgi verilmelidir. (Kaynak: Solak, 2006: 12).

MAKALE YAZIM KURALLARI

Tablonun kendisi ortalanmalıdır. Ayrıca tablo ve şekiller, word veya excel formatında hazırlanmalıdır. Fotoğraf şeklinde gönderilmemelidir.

12. Yazılarda, örneklerde gösterildiği gibi kısaltmalar kullanılmak kaydıyla metin içi ya da sayfa altı dipnot şekillerinden birisi tercih edilmelidir. Yazım birliği olması açısından yazar hangi dipnot şeklini seçerse devamında da seçtiği dipnot şeklini kullanmak zorundadır. Metin içi kaynak göstermede, açıklama dipnotları sayfa altında verilebilir. Doğrudan alıntılar 3 cümleyi geçerse blok halinde verilmelidir. 3 cümleyi geçmez ise Tırnak içinde ve italik olarak verilmelidir.
13. Kaynakçada kaynağın yazarının önce soyadı, sonra isminin sadece baş harfleri (büyük harflerle) yazılmalıdır. Kaynaklar soyadların baş harfleri dikkate alınmak kaydıyla alfabetik olarak sıralanmalı ve başka herhangi bir numaralandırma yapılmamalıdır. Eğer kaynağın künyesi ikinci satıra taşıyorsa ikinci satıra 1.00 cm içerden başlanmalıdır. Kaynak gösterimi aşağıdaki örneklere göre American Psychological Association 6th Edition (APA) uluslararası standart baz alınarak hazırlanmalıdır. Kaynakçada gösterilen kaynaklar dipnotta, dipnotta gösterilen kaynaklar da kaynakçada da yer almalıdır.
14. Kaynaklar sıralanırken makale, kitap vs. ayrımı yapılmadan alfabetik sıraya göre hepsi bir arada yazılmalıdır. Ancak kitap, tez ve makalelerin dışında kalan arşiv belgesi, gazete makalesi, tutanaklar vb. kaynaklar ayrı bir başlık altında sıralanabilir.
15. Yukarıda belirtilmeyen kaynakların yazım şekli, ulusal ve uluslararası (APA vb.) formata uygun olmak kaydıyla editör tarafından belirlenir. Özgün materyaller kaynak olarak gösterilebilir.
16. Ek Bilgiler/Appendix ana metin içerisinde yer almaları hâlinde konuyu dağıtıcı veya okumada sürekliliği engelleyici nitelikteki ve dipnot olarak verilemeyecek kadar uzun açıklamalar (bir formülün elde edilme aşamaları, geniş kapsamlı ve ayrıntılı deney verileri, katlanmış olarak verilmesi gereken çok büyük boyutlu haritalar, tablolar, örnek hesaplamalar ve bilgisayar programları gibi) bu bölümde verilmelidir. Eklerin her biri için uygun bir başlık seçilmeli ve bunlar, sunuş sırasına göre "Ek-1, Ek-2, ..." şeklinde, her biri ayrı bir sayfadan başlayacak şekilde sunulmalıdır.
17. Gönderilecek fotoğraflar, 300 dpi'dan aşağı olmamalı ve jpg/jpeg formatında gönderilmelidir.

İNDEKSLER

- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı
- Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi
- Asos Sosyal Bilimler İndeksi
- Araştırmacı Bilimsel Yayın İndeksi
- Advanced Science Index
- CiteFactor Academic Scientific Index



TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI
DEVLET ARŞİVLERİ BAŞKANLIĞI



ASOS
indeks



INFORMATION FOR AUTHORS AND EDITORIAL

1. The articles sent to the journal must be arranged according to the journal rules. The journal editor may not publish articles that do not comply with the spelling rules or may return them to the author for correction.
2. The article should contain the following information:
a-Turkish title, b- English title, c-Abstract, d-Keywords, e- Öz, f-Anahtar Kelimeler, g-Footnote, ğ-Bibliography
3. Articles should be written using the "Article Writing Template" (.docx), which can be accessed from the website and application form. Author information and article title fields on the cover page of this template must be filled by the author. The volume / issue / arrival date / date of acceptance / publication date / citation information and the explanation about the scanned plagiarism program on the cover page will be edited by the editor. Detailed rules for the article writing template are listed below.
4. Manuscripts should be written on A4 size paper, leaving 2 cm margins from the left and top of the page and 2 cm from the right and bottom of the page, with a single line spacing, using 9 pt and Palatino Linotype. The cover page of the article, the Abstract page and the Appendix page should be in a single column layout, and all pages containing the main text of the article starting from the Introduction title should be divided into two columns. The gap between the two columns should be 1 cm and each column width should be 8 cm. Page numbers should be added to the lower left corner for even pages and to the lower right corner for odd pages. The entire study should not exceed 25 pages in total, including abstract and bibliography. Manuscripts should be written using a spelling program (Word) commonly used on computers to facilitate typesetting, proofreading and printing.
5. The first title should be written in the language in which the text was written, in 12 pt., Capitalized initials, centered and bold. The second title should be written in 12 pt, capital letters, centered, bold and italic in the other language.
6. Studies presented at a congress information feast and meeting or accepted as thesis may be published, if deemed appropriate by the editorial board, provided that the date and place are declared. Although all responsibilities in this matter belong to the authors, it should be stated that the relevant article was compiled from the paper / congress / thesis by adding a footnote with the character "*" to the English and Turkish titles.
7. In the citation system, one of the following two systems should be preferred: Citations should be made on the basis of the American Psychological Association 6th Edition (APA) international standard.
 - a. Undertext Footnote System: Footnotes should be written in 8 pt. With Palatino Linotype font. While giving footnotes, all footnotes except the Abstract page should be numbered 1, 2, 3. Single line spacing should be used in footnotes.
 - b. In-Text Citation: In-text reference should be made in the sentence or at the end of the sentence in the order of [Author (s) 'Surname (s), Year: Page Number]. Only the surname (s) of the author (s) of the cited work (first letter in capital, others in lower case), the publication year of the work and the page number of the footnote used should be written.
8. The abstract should contain brief descriptive information about the purpose, content and results of the study. Keywords below the summary; It should be given in minimum 3 and maximum 7 words. If the study is in Turkish, the English title, English summary and keywords should be written under the Turkish keywords. If the study is written in a foreign language, the second title should be in Turkish and there should be Turkish abstract and keywords. Both the summary and the Turkish summary of the article should not exceed 250 words. Abstracts should be written in 9 font size and single line spacing.
9. Studies should be written as section and sub-section titles in line with the writing plan without indent, and the main title and sub-headings of the study, if deemed necessary 1.- 1.1.- 1.1.2.-1.1.2.1.- 1.3.- 1.4. It can be numbered up to five degrees. First degree titles should be written in bold, with the letters of all words in capital. The first letters of all the words of the titles at the other level should be written in capital and the other letters should be in lowercase, in bold. In the articles, there should be 1 cm indent at the beginning of the paragraph, the heading paragraph spacing should be set first 6 cm, then 0 cm. Normal paragraph spacing should be created as 6 pt first, then 6 pt. Except for the Abstract / Abstract part, all headings in the body text should be set to 10 points.
10. Articles should not include a subtitle (such as 1.1 etc.) under the Introduction. The newly opened title must be another title of the first degree (like 2nd).
11. Texts in tables and figures can be selected in 8 or 9 font size and should be in single line spacing. Table and figure titles should be written in bold. It should be ensured that tables and figures do not extend beyond the page and column edges. Tables and Figures that are not large enough to fit in a single column on pages with two column layouts should be given in the Appendix section. The table should be numbered, and the title of the table should be written to describe its content and should be given at the bottom of the table. (Table 1: Workers' level of participation in decisions). If the table title hangs on the second row, the second row should start after the table number alignment. If the table is transferred from another study, the source quoted should also be indicated under the table. While giving the source, the Source: Author's Surname, publication date of the source: The number of pages or page range from which the table is taken from the source (Source: Solak, 2006: 25-26) The table should be created using only horizontal and vertical

INFORMATION FOR AUTHORS AND EDITORIAL

lines. Figures should be numbered, and titles should be written in a way to describe the content of the figure and be placed under the figure. (Figure 1: Distribution of income by years). If the figure is transferred from another source, information about the source should be given below the figure description. (Source: Solak, 2006: 12). The table itself should be centered. In addition, tables and figures should be prepared in word or excel format. They should not be sent in photo form.

12. In manuscripts, using abbreviations as shown in the examples, one of the in-text or below-page footnote forms should be preferred. In order to have a spelling uniformity, the writer has to use the footnote style he chooses in the following. Explanation footnotes can be given at the bottom of the page for in-text reference. If direct quotations exceed 3 sentences, they should be given in blocks. If it does not exceed 3 sentences, it should be given in quotation marks and in italics.
13. In the bibliography, first the surname of the author of the source, then only the initials (in capital letters) of the name should be written. References should be listed alphabetically, taking into account the initials of the surnames, and no other numbering should be made. If the credential of the resource moves to the second line, the second line should be started 1.00 cm inside. References should be prepared based on the American Psychological Association 6th Edition (APA) international standard according to the examples below. The references shown in the bibliography should be included in the footnote, and the references cited in the footnote should be included in the bibliography.
14. While listing the references, articles, books etc. It should be written all together in alphabetical order without making any distinction. However, Resources such as archive documents, newspaper articles, minutes etc. excluding books, theses, and articles etc. can be listed under a separate title.
15. The writing style of the sources not mentioned above is determined by the editor, provided that they comply with the national and international (APA etc.) format. Original materials can be cited as references.
16. Appendix if they are included in the main text, explanations that are too long to distract or prevent continuity in reading and cannot be given as a footnote (the stages of obtaining a formula, comprehensive and detailed experiment data, very large-scale maps, tables that should be given in folded form, sample calculations and computer programs) should be given in this section. An appropriate title should be selected for each of the appendixes and these should be presented in the order of presentation in the form of "Appendix-1, Appendix-2,...", each starting on a separate page.
17. The photos to be sent should not be less than 300 dpi and should be sent in jpg / jpeg format.

INDEXES

- Presidency of The Republic of Turkey Directorate of State Archives
- Türkiye Diyanet Foundation Centre for Islamic Studies
- Asos Sosyal Sciences Index
- Araştırmak Scientific Publication Index
- Advanced Science Index
- CiteFactor Academic Scientific Index



TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI
DEVLET ARŞİVLERİ BAŞKANLIĞI



ASOS
indeks



CiteFactor
Academic Scientific Journals



ADVANCED SCIENCE INDEX

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİ: PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ.....1	
DETERMINING THE ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS: EXAMPLE OF PAMUKKALE UNIVERSITY.....1	1
ONLINE TİCARET HACMİNDEKİ BÜYÜMENİN NEDEN OLDUĞU DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN FİNANS SEKTÖRÜNE ETKİLERİ10	10
THE EFFECTS OF DIGITAL TRANSFORMATION CAUSED BY THE GROWTH IN ONLINE COMMERCE VOLUME ON THE FINANCE SECTOR.....10	10
YEŞİL İŞLERDE ÇALIŞAN MAVİ YAKALI İŞGÖRENLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK FARKINDALIKLARININ İNCELENMESİ ...24	24
INVESTIGATION OF SUSTAINABILITY AWARENESS OF BLUE COLLAR EMPLOYEES WORKING IN GREEN JOBS.....24	24
GEÇMİŞTEN GELECEĞE KÜLTÜR BAĞI: EHRAMA DOKUNUŞLAR SERGİSİ.....39	39
CULTURAL LINK FROM THE PAST TO THE FUTURE: THE EXHIBITION OF TOUCHES TO EHRAM.....39	39

GÖRÜŞ MAKALELERİ / OPINION ARTICLES

VELAYETİ ANNEDE BULUNAN ÇOCUK İLE BABA ARASINDA KİŞİSEL İLİŞKİNİN SAĞLANMADIĞI HALLERDE ÇOCUĞUN ÜSTÜN YARARI AÇISINDAN SOYADI49	49
SURNAME FOR THE BEST INTEREST OF THE CHILD IN CASES OF NO PERSONAL RELATIONSHIP BETWEEN THE CHILD AND THE NON-CUSTODIAL PARENT AFTER DIVORCE.....49	49

Ramazan ÖZTÜRK

Yüksek Lisans Öğrencisi

Pamukkale Üniversitesi / Yönetim ve Organizasyon

rozturk161@posta.pau.edu.tr

Celaleddin SERİNKAN

Prof. Dr.

Pamukkale Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü

cserinkan@pau.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-7771-8668>

<https://orcid.org/0000-0001-8056-2596>



Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Örneği

Determining the Entrepreneurial Intentions of University Students: Example of Pamukkale University

Makale Kategorisi (Araştırma Makalesi / Research Article)

Geliş Tarihi / The Date of Received: 29.10.2022

Kabul Tarihi / The Date of Accepted: 03.01.2023

Yayın Tarihi / The Date of Published: 28.07.2023

Atıf / Citation

Öztürk R. & Serinkan C. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Örneği, Yeni Fikir Dergisi, 15 (30), 01-09

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1211728

Öztürk R. & Serinkan C. (2023). Determining the Entrepreneurial Intentions of University Students: Example of Pamukkale University, The Journal of Yeni Fikir, 15 (30), 01-09

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1211728

Bu makalede intihal programıyla benzerlik raporu alınmıştır.
In this article, a similarity report with the plagiarism program was received.

Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Örneği

Öz

Bu çalışmanın amacı, Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümü öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesidir. Araştırmada online anket yöntemi kullanılmış olup 101 geçerli veri elde edilmiştir. Araştırmada, Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre; cinsiyet, yaş, ailenin işletme sahibi olması ve ailenin durumu ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre ailenin gelir durumu ile girişimcilik eğilimi arasında farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Girişimci, girişimcilik, girişimcilik eğilimi, öğrenciler, Pamukkale Üniversitesi

Determining the Entrepreneurial Intentions of University Students: Example of Pamukkale University

Abstract

The aim of this study is to determine the entrepreneurship tendencies of students of Pamukkale University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department of Business Administration. The online survey method was used in the research and 101 valid data were obtained. In the research, the University Students Entrepreneurship Scale developed by Yılmaz and Sünbül (2009) was used. According to the results of the research; no significant differences could be found between gender, age, family ownership, family status and entrepreneurship tendency. According to another result of the research, there were differences between the income status of the family and the entrepreneurial tendency.

Keywords: Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneurship tendency, students, Pamukkale University

1. GİRİŞ

Girişimcilik, ekonomik ve sosyal bakımdan ülkelerin kalkınması için önemli bir role sahiptir. Giderek önemi artan girişimciliğin üç alanda tanımlanabilir. Yenilikçilik, yeni iş alanları yaratma ve yeni işletmelerin doğması olarak sıralanabilir. Girişimcilik, yeni fikirler üretmek ekonomiyi katkı sağlamanın yanı sıra sanayinin gelişmesine ve istihdam yaratmasına yol açar (Yavuz ve Yavuz, 2017:91).

Ekonomilerin gelişmesi girişimcilerin çabasına bağlıdır. Nitekim güçlü ekonominin temelini girişimciler oluşturmaktadır. Girişimciler, toplumsal refahın artmasına fayda sağlamakla birlikte üretim faktörlerinin ne yönde kullanılacağına dair yardımcı olmaktadır. Teknolojiyle beraber yeni sanayi dalları yaratarak ekonomik büyümeyi hızlandırıcı etkiye sahiptirler (Uluyol, 2013:353).

Girişimciliği etkileyen faktörler vardır. Bunlar, aile, eğitim, kişisel değerler, yaş, iş tecrübesi ve rol modellerdir (Gümül vd., 2017:94). Bunun yanında bireyin başarıya ihtiyacı, odak noktası, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı toleransı, yeniliği ve kendine olan güveni girişimciliği etkileyen bireysel faktörler olarak yer almaktadır (İşcan ve Kaygın, 2012:447).

Artan iletişim teknolojisiyle beraber yeni iş kanallarının açılması girişimcilik faaliyetinin anlaşılmasını gerekli hale getirmiştir. Bu çalışmada öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile demografik değişkenler arasında farklılık belirlenmeye çalışılmıştır. .

2. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Girişimci kavramı köken olarak Latince kelime olan intare kökünden gelmektedir. İngilizce kelimeler olan enter(giriş) ile pre(ilk) kelimelerinin birleşmesiyle oluşan entrepreneur(ilk girişen) kelimesi yani girişimci oluşmuştur (Timuroğlu ve Yılmaz, 2019:702). Girişimciliğin kelime anlamı, yeltenme veya başlama anlamına gelmektedir (Çatır vd., 2015:108). Girişimciliğin başka bir anlamı ise bir şey yapmaya söz vermek anlamındadır (Taysı ve Canbaz, 2014: 60).

Tarih boyunca çeşitli alanlarda tarih ve felsefe gibi bilim insanları girişimcilik konusunda çalışmalar yapmıştır. Bazı bilim insanları girişimciliği çeşitli yönlerden incelemiştir. Drucker girişimci kişiliği, üretim etkenlerini bir araya getiren, örgütün ihtiyaçlarını göz ardı etmeyen, fırsatları değerlendiren biri olarak tarif etmiştir (Timuroğlu ve Yılmaz, 2019:702).

Sanayi devrimi girişimcilikte devrim noktası olmuştur. Çoğu eserler girişimciliği iki dönem olarak ayırmıştır. Bu dönemler sanayi öncesi dönem ve sanayi sonrası dönemdir. İnsanlar sanayi öncesi dönemde takas yöntemini kullanmışlardır. Sanayi sonrası dönemde ise para ortaya çıkmış, ödeme sistemi gelişmeye başlamıştır (Candan, 2011:160).

Ülkemiz tarihi açısından bakıldığında Osmanlı döneminde girişimcilik sağlanamamıştır. Cumhuriyet tarihinde ise bir takım gelişmelerle birlikte ticari alanda yapılan yenilikler uygulanan iktisadi programlar çerçevesinde ilerleme kaydedilmiştir. Cumhuriyetin ilerleyen yıllarında ise uygulamaya konulan liberal politikalar girişimciliği desteklemiştir (Candan, 2011:161-167).

Kişiyi temel alan girişimcilik, bireyin sahip olması gereken yetenek, zihinsel kapasiteye önemle dikkat çekmektedir. Girişimciliğin anlamı, girişimcinin davranışları ve hareketleriyle meydana getirdiği ve davranışlarının oluşturduğu organizasyonların ve bunun sonucunda oluşan çıktılarının toplamıdır (Top, 2006: 7).

Girişimcilik eğilimi, bireyin girişimcilik yapmaya doğru hareket etmesi ve kendine inanması ile ilgili özelliklerdir. Bu özellikler girişimciliğin fikri bir zorunluluğundan dolayı genç kesimde aslında daha çok istek ve arzu meydana getirmekte, önlerine gelen fırsatları da değerlendirme konusunda daha becerikli olduğu saptanmıştır (Güreşçi, 2014:24). Girişimcilik kapasitesi, bireyin sahip olduğu gerekli bilgi ve beceriye sahip olması ile alakalıdır. Bu bilgiler bireyin girişimcilik niyetini ortaya çıkararak girişimcilik eğiliminin olduğunu ortaya koymaktadır (Çetin ve Taşdemir, 2017:77-78).

Girişimcilik, toplumun gelenek ve kültürüyle, eğitimiyle ve demografik özellikleriyle yakından ilgilidir. Nitekim yapılan araştırmalarda çevresinde girişimci olanların daha rahat iş kurduğu görülmüştür. Girişimcilik eğilimi psikolojiyle yakından ilgilidir. Psikoloji temelinde girişimcilik eğilimi faktörleri, içsel kontrol hissi, risk alma, bağımsız olma düşüncesi, girişimcilik potansiyeli, bireyin belirsizliğe karşı toleransı ve yeniliğe açık olma gibi faktörler etkili olmaktadır (Aydın ve Kasap, 2019:104).

Günümüzde ekonomik faktör olarak öne çıkan girişimcilik, giderek önemli hale gelmiş ve bunun sonucunda da dünyayı şekillendirmekte teknolojik gelişmelere katkı sağlamıştır (Keleş vd., 2012: 109). Toplumsal refahın sağlanması, istihdama yardım etmesi, ülkeye birçok katma değer sunması girişimciliğin temel faktörleri arasında yer almaktadır (Uluyol, 2013:353).

Girişimci, çeşitli üretim faktörlerini bir araya toplayarak mal ya da hizmet sağlar. Bunun yanında yenilikleri izleyerek gerekli yatırımları yapar. Bu sayede girişimci kendi işini kurarak becerilerini ortaya koymaktadır. Girişimciliğin toplum için önemli etkenleri vardır. Bunlar üretim ve istihdamın artması, ekonominin gelişmesi ve sonucunda da toplumsal refaha erişilmesidir (Kızılgül ve İşgüden, 2008 :259-260).

Girişimcilik son yıllarda ekonomik büyümenin vazgeçilmez bir parçası olarak görülmektedir. Sanayi devriminin etkisiyle tarım toplumu giderek sanayi toplumuna dönüşmeye başlamış bununla beraber girişimcilik gibi kavramlar ortaya çıkmaya başlamıştır.

Bu gelişmeyle girişimcilik, ekonomik sistemin bir çarkı olmuştur (Mirza ve Dağdeviren, 2016:86-87)

Ülkemiz açısından bakıldığında her geçen gün özel sektörün payı giderek artmaktadır. Bu da girişimci talebini arttırmaktadır. Bununla birlikte artan eğitim seviyesiyle beraber yükselen genç nüfusun girişimcilik eğilimlerini de olumlu yönde etkilemektedir (Doğaner ve Altunoğlu, 2010:104). Uluslararası kuruluşların ülkemizde olan girişimleri girişimcilik faaliyetlerini etkilemektedir. Avrupa Birliği'nin oluşturduğu eğitim planları gençleri etkilemekte ve gelişmelerden haberdar olmaktadır. Gerekli bilgi ve yeteneklerde kazandırılmaya çalışılmaktadır (Balaban ve Özdemir, 2008:137).

Girişimcilik eğitimi bireylerin gelişiminde önemli katkı sağlamaktadır. Girişimcilik eğitimleri ile ilgili KOSGEB eğitim vermektedir. Toplumda girişimciliğin yaygınlaşması, iş kuruluş aşamalarının başarılı bir şekilde gerçekleşmesi bunun yanında gerekli becerilere sahip olması nedeniyle bu eğitimler öne çıkmaktadır (Tiyek, 2018:56).

Girişimci olmayı belirleyen üç faktör bulunmaktadır. Bunlar, bireysel yaklaşım, çevresel yaklaşım ve firma yaklaşımıdır. Bireysel yaklaşım, bireyin psikolojik ve kişilik özellikleri ilgilidir. Belirlemiş olduğu hedef doğrultusunda birey başarıya ihtiyacı hisseder. Hedefin sonucuna odaklanarak kontrol odağı oluşturur. Hedefine doğru ilerlerken risk alması ve oluşan belirsizliğe karşı bir toleransa sahip olması bunun yanında yenilikleri yakından takip edip kendine güvenmelidir. Çevresel yaklaşımda ise bireyin sosyal, ekonomik, teknolojik ve toplumun kültüründen etkilenmektedir. Firma yaklaşımında ise işletme içinde gerçekleştireceği fırsatlar ve nitelikli gelişme girişimcilik için önem arz etmektedir (İşcan ve Kaygın, 2012:446-448).



Şekil 1: Psikolojik Özelliklerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi Modeli Kaynak (Koh, 1996:17)

Girişimciliğe etki eden sosyal faktörler aile, kültür, inanç ve rol modellerdir. Bireylerin karakterlerinin ilk oluşmaya başladığı yer ailesinin yanındır. Ailenin sahip olduğu görüş, bireyi de etkilemektedir. Çocuklara katı tutum davranışlar sergileyen ailelerin çocukları özgüvenlerini geliştiremez (Erdurur, 2012:13). Diğer bir faktör kültürdür. Her kültürün kendine has özellikleri vardır. Bu da belirli özgü davranış ve kalıpları içerir. Bireyler de yaşamlarını bu çerçevede düzenler. Bu açıdan bakıldığında kalıplaşmış ve dar olan kültürler bireylerin de girişimcilik eğilimini olumsuz yönde etkilemektedir (Sığırı ve Tıgılı, 2006: 328-329). Bireyler karar alırken

başkalarının düşüncelerinden de etkilenirler ve görüş alma ihtiyacı hissederler. Görüş aldıkları kişiler kendileri için bir rol modeldir. Rol model olarak benimsenen kişilerin girişimcilik eğilimi üzerine olumlu etkileri vardır (Yüzüak, 2010:34).

Girişimci bireyin oluşmasında ya doğuştan getirdiği yetenekler ya da çevre doğrudan etkili olmaktadır. Bu çevre, aile, eğitim, toplumun yapısı, ekran ve etkilendiği rol modellerdir. Kırsal-kent ayırımı da girişimciliği etkilemektedir (Kök, 2007:42).

İnsan sürekli çevresiyle sürekli iletişim halindedir. Bireyin yaptığı değişimler çevresine etkilerken başkasının yaptığı değişimlerde bireyi etkilemektedir. Karşılıklı bir çevresel etkileşim söz konusudur (Cansız, 2007:79). Girişimcilerin diğer bir özelliği ise yeniliğe açık olmalarıdır. Bu yenilikçi birey sürekli kendini geliştirmek ister. Bunun sonucunda ise teknolojiyi yakından takip etmek ister. İçinde bulunduğumuz bu çağda üretim ve bilgi teknolojileri giderek artmakta ve bu yenilikleri de girişimcilerin takip etmesi gerekir. Bu teknolojik faktörler de girişimcilik eğilimini etkilemektedir (Yardımcıoğlu ve Ay, 2008:307).

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber girişimci, yeni pazar bulma arayışını kolaylaştırmıştır. Ekonomiler bilgi temelli olup rekabette üstünlük sağlamaktadır. Artan teknolojiyle beraber bilgi küreselleşmiş e-ticaret gibi kavramlar ortaya çıkmaya başlamıştır. E-ticaret ile rekabet daha da artmıştır. Bununla birlikte iletişim kanalları gelişerek müşterilere, tedarikçilere, şirketlere ve hükümetlere 7/24 cevap verilebilmektedir. E-ticaretin girişimcilere sağlamış olduğu faydalar vardır. Bu faydalar işletmenin maliyetini düşürür, araçları ortadan kaldırır, müşteriye istediği saat alışveriş yapma imkânı sunar, müşterinin tercihlerini rahat takip edebilir ve ödeme imkânlarının internetten yapılabilmesi girişimciye önemli faydalar sağlamaktadır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006:129-135).

Girişimciliği engelleyen faktörler, sermaye, maliyetlerin yüksek oluşu, iş çevresinin beraberinde getirdiği riskler, bazı yasal kısıtlamalar, girişimcilik ile ilgili yeteri kadar eğitim verilememesi, girişimci kavramının yeteri kadar doğru algılanamaması gibi birçok girişimciliği engelleyen faktör bulunmaktadır (Kılıç vd, 2012:426).

Girişimcilik eğilimlerini etkileyen ve engelleyen birçok faktör bulunmaktadır. Girişimciliğin ortaya çıkmasında içinde bulunduğu toplumsal çevre ve etkileşim halinde olduğu aile ve arkadaşları bunlara ek olarak teknolojik imkânlarda dâhil olmak üzere birçok faktör girişimciliği etkilemektedir (Örücü vd, 2007:30). Kredi maliyetinin yüksek olması, vergi mevzuatının karmaşık olması, enflasyonun getirdiği belirsizlikler ve bürokratik zorluklar da girişimciliği etkilemektedir (Candan, 2011:168-169).

İrmiş ve Barutçu (2012), Pamukkale Üniversitesi'nde yaptıkları araştırmanın sonucuna göre, öğrencilerin babalarının kendi işini kurmuş olmasından dolayı

girişimcilik eğilimi anlamlı bir şekilde etkilenmiştir. Gelir durumuyla ilgili anlamlı bir ilişki bulunamamış, girişimcilik dersi almakla girişimcilik eğilimi arasında bir ilişki bulunamamıştır. Erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimi kadın öğrencilere göre daha yüksek çıkmıştır.

Aksel ve Bağcı (2016), üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmaya göre erkek öğrencilerin kadın öğrencilere kıyasla girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin yaşına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, girişimcilik dersi almış olmakla girişimcilik eğiliminin değişmediği gözlemlenmiştir.

Çatır vd. (2015)'nin yapmış olduğu çalışmada üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Öğrencilerin yaşı ile girişimcilik dersi alanların girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. 20-22 yaşında olanların diğerlerine oranla girişimcilik eğilimi yüksek çıkmıştır.

Günay (2016)'ın yaptığı çalışmada bilgisayar bölümünde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimi araştırılmıştır. Araştırmada lisans öğrencilerinin lise öğrencilerine kıyasla girişimcilik eğilimi yüksek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin cinsiyeti ve yaşı ile girişimcilik eğilimi arasında ilişki bulunamamıştır.

Uygun vd. (2012)'nin çalışmasında girişimci olmak isteyenlerin girişimcilik eğilimleri ile girişimcilik özellikleri ile arasındaki ilişkide erkeklerin kadınlara oranla girişimcilik eğilimi yüksek çıkmıştır. Gelir durumu yüksek olanların girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğu görülmüştür. Girişimcilik eğilimi ile girişimcilik özelliği olan bireylerin risk alma ve özgüven arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Küçük (2014) çalışmasında erkek öğrencilerin kadın öğrencilere kıyasla girişimciliğe fazla önem verdikleri ortaya koymuştur. Girişimcilik eğitimi alanların almayanlara kıyasla girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Korkmaz (2012) araştırmasında girişimcilik özellikleri ile demografik, aile ve psikolojik etkenlerin girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı olduğu gözlemlenmiştir.

İşcan ve Kaygın (2011), iki kamu üniversitesinde okuyan öğrencilerin girişimcilik eğilimini araştırmışlardır. Araştırmaya göre iki üniversitede okuyan öğrencilerin girişimcilik eğilimi yüksek çıkmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Bu çalışmanın amacı, Pamukkale Üniversitesi'nde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin demografik değişkenlere göre belirlenmesidir. Çalışmanın kapsamını Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören üçüncü ve dördüncü sınıf İşletme bölümü

öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılacak verilerin toplanması için online anket yöntemi uygulanmıştır. Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini belirlemeye yönelik 36 maddelik "Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği" kullanılmıştır. Ankette 5'li likert ölçeği (1: "Hiçbir zaman"dan; 5: "Çok sık"a doğru) kullanılmış olup SPSS programıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda 101 geçerli veri setine ulaşılmıştır. Araştırmanın yapıldığı Kasım-Aralık 2020 tarihlerinde tüm ülkede COVID 19 salgını sebebiyle üniversiteler kapanmıştır. Cevaplayıcıların sayısının artırılması için çeşitli çabalar gösterilmiş ancak 101 kişiden geçerli cevap alınabilmiştir.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin demografik faktörlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ile ilgili hipotezler belirlenmiştir.

- H₁: Girişimcilik eğilimi yaşa göre farklılık gösterir.
- H₂: Girişimcilik eğilimi cinsiyete göre farklılık gösterir.
- H₃: Girişimcilik eğilimi ailenin işletme sahibi olmasına göre farklılık gösterir.
- H₄: Girişimcilik eğilimi ailenin gelirine göre farklılık gösterir.
- H₅: Girişimcilik eğilimi aile durumuna göre farklılık gösterir.

3.2. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

3.2.1. Demografik Bulguların Değerlendirilmesi

Bu bölümde çalışmaya katılan öğrencilerin toplanan veriler sonucunda ulaşılan bulgular yer almaktadır.

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	43	42,6
Erkek	58	57,4
Toplam	101	100

Tablo 1: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Tablo 1 incelendiğinde, öğrencilerin % 42,6'sının kadın, % 57,4' ünün erkek öğrencilerden olduğu görülmektedir.

Yaş	Sayı	Yüzde
20-22	44	43,6
23-24	44	43,6
24 üstü	13	12,9
Toplam	101	100

Tablo 2: Öğrencilerin Yaş Göre Dağılımı

Öğrencilerin %43,6'sının 20-22 yaş aralığında, %43,6'sının 23-24 yaş aralığında ve %12,9'unun 24 üstü yaş grubunda yer aldığı görülmektedir.

Ailenin İşletme Sahibi Olması	Sayı	Yüzde
Evet	18	17,8
Hayır	83	82,2
Toplam	101	100

Tablo 3: Öğrencilerin Ailesinin İşletme Sahibi Olmasına Göre Dağılımı

Tablo 3 incelendiğinde, öğrencilerin %82,2'sinin ailesinin işletme sahibi olmadığı, %17,8'inin ailesinin işletme sahibi olduğu görülmüştür.

Ailenin Geliri	Sayı	Yüzde
2.500 TL'den az	14	13,9
2.001-5.000 TL	52	51,5
5.001-10.000 TL	25	24,8
10.000 TL'den fazla	10	9,9
Toplam	101	100

Tablo 4: Öğrencilerin Ailenin Gelirine Göre Dağılımı

Tablo 4 incelendiğinde, öğrencilerin %13,9'unun 2.500 TL'den az, %51,5'inin 2.001-5.000 TL, %24,8'inin 5.001-10.000 TL ve %9,9'unun 10.000 TL'den fazla ailesinin geliri olduğu görülmektedir.

Aile Durumu	Sayı	Yüzde
Her ikisi de sağ- Birlikte yaşıyor	81	80,2
Her ikisi de sağ- Boşanmış	11	10,9
Anne sağ- Baba vefat etti	7	6,9
Baba sağ- Anne vefat etti	2	2
Toplam	101	100

Tablo 5: Öğrencilerin Aile Durumuna Göre Dağılımı

Tablo 5 incelendiğinde, öğrencilerin %80,2'sinin aile durumunun her ikisi de sağ- birlikte yaşıyor, %10,9'unun her ikisi de sağ boşanmış, %6,9'unun anne sağ- baba vefat etti ve %2'sinin baba sağ- anne vefat ettiği görülmektedir.

3.2.2. Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Güvenirlilik Analizi

Bir ölçüm aracının güvenirliliği çeşitli yöntemler ile hesaplanmaktadır. Aralarında en bilinen olanı içsel tutarlılık yöntemidir. Çalışmada Cronbach alpha güvenirlilik ölçütü kullanılmıştır.

Cronbach alpha değeri, 0 ile 1 arasında değişen bir katsayıdır. Bu sayı 1'e doğru yükseldikçe ölçeğin güvenilir olduğu gözlemlenmiştir (Alpar, 2010:349). Üniversite öğrencileri girişimcilik ölçeği tek boyutlu olup güvenirlilik katsayısı 0,94 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre güvenilir olduğu söylenebilir.

3.2.3. Hipotezlerin Değerlendirilmesi

Çalışmadan elde edilen bulgular spss programıyla analiz edilmiş olup verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için normal dağılım testi yapılmıştır.

	n	Basıklık	Çarpıklık
Girişimcilik Ölçeği	101	0,095	-0,296

Tablo 6: Girişimcilik Ölçeğinin Normal Dağılım Analizi

Tablo 6'ya göre basıklık (skewness) ve çarpıklık (kurtosis) değerlerinin "+2" aralığında olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre parametrik analizlerin yapılmasına karar verilmiştir (George ve Mallery, 2019:114). Bunun sonucunda t testi ve anova testi uygulanmıştır. Ortalama değerler(x) 36 maddelik ölçeğin ortalamasını göstermektedir.

Yaş	\bar{x}	S	Sig(p)
20-22	3,81	0,53	0,320
23-24	3,95	0,48	
24 üstü	4,01	0,55	

Tablo 7: Yaş Açısından Grupların Girişimcilik Eğilimleri Anova Testi

Tablo 7 incelendiğinde, anova testi sonuçlarına göre p değeri 0,320 çıkmıştır. $p < 0,05$ 'ten büyük olduğundan dolayı H_0 hipotezi reddedilmiştir. Şenel ve Öney (2020)'in çalışmasında yaş ile girişimcilik eğilimi arasında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Yavuz ve Yavuz (2017)'un çalışmasında yaş ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Cinsiyet	\bar{x}	S	Sig(p)
Kadın	3,87	0,50	0,704
Erkek	3,91	0,53	

Tablo 8: Cinsiyet açısından gruplar arasındaki girişimcilik eğilimi farklılığı (Bağımsız T testi)

Tablo 8 incelendiğinde, bağımsız t testi sonuçlarına göre p değeri 0,704 çıkmıştır. $p < 0,05$ 'ten büyük olduğundan dolayı H_0 hipotezi reddedilmiştir. Şenel ve Öney (2020)'in çalışmasında cinsiyet ile girişimcilik eğilimi arasında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Yavuz ve Yavuz (2017)'un çalışmasında cinsiyet ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Seçgin (2020)'in çalışmasında cinsiyet ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Hoşgör ve Tanyel (2021)'in çalışmasında cinsiyet ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Ailenin İşletme Sahibi Olması	\bar{x}	S	Sig(p)
Evet	4,02	0,47	0,261
Hayır	3,87	0,52	

Tablo 9: Ailenin İşletme Sahibi Olması Bakımından Girişimcilik Eğilimi Bağımsız T Testi

Tablo 9 incelendiğinde, bağımsız t testi sonuçlarına göre p değeri 0,261 çıkmıştır. $p < 0,05$ 'ten büyük olduğundan dolayı H_0 hipotezi reddedilmiştir. Yavuz ve Yavuz (2017)'un çalışmasında ailenin işletme sahibi olması ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Ailenin Geliri	\bar{x}	S	Sig(p)
2.500 TL'den az	3,69	0,35	0,043
2.001-5.000 TL	3,84	0,55	
5.001-10.000 TL	3,97	0,43	
10.000 TL'den fazla	4,25	0,54	

Tablo 10: Ailenin Geliri Bakımından Girişimcilik Eğilimi

Anova Testi

Tablo 10 incelendiğinde, anova testi sonuçlarına göre p değeri 0,043 çıkmıştır. $p < 0,05$ 'ten küçük olduğundan dolayı H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Şenel ve Öney (2020)'in çalışmasında ailenin geliri ile girişimcilik eğilimi arasında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Yavuz ve Yavuz (2017)'un çalışmasında ailenin geliri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Seçgin (2020)'in çalışmasında cinsiyet ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Hoşgör ve Tanyel (2021)'in çalışmasında ailenin geliri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Aile Durumu	\bar{x}	S	Sig(p)
Her ikisi de sağ- Birlikte yaşıyor	3,88	0,54	0,959
Her ikisi de sağ- Boşanmış	3,97	0,46	
Anne sağ- Baba vefat etti	3,92	0,31	
Baba sağ- Anne vefat etti	3,93	0,21	

Tablo 11: Aile Durumu Açısından Girişimcilik Eğilimi Anova Testi

Tablo 11 incelendiğinde, anova testi sonuçlarına göre p değeri 0,959 çıkmıştır. $p < 0,05$ 'ten büyük olduğundan dolayı H_5 hipotezi reddedilmiştir. Yavuz ve Yavuz (2017)'un çalışmasında aile durumu ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

4. SONUÇ

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin demografik değişkenlere göre farklılaşma durumunu belirlemenin amaçlandığı bu çalışmada elde edilen bilgiler aşağıdadır.

Erkek öğrencilerin kadın öğrencilere kıyasla girişimcilik ortalamasının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ailenin işletme sahibi olması öğrencilerin girişimcilik ortalamasının yüksek olduğunu göstermiştir. Öğrencilerin yaşı arttıkça girişimcilik ortalaması arttığı gözlemlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin ailelerinin toplam aylık gelirlerine bakıldığında geliri fazla olanlarda ortalamanın yüksek çıktığı görülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi ile yaş arasında farklılık göstermediği tespit edilmiştir. H_1 hipotezi reddedilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile cinsiyet arasında farklılık göstermediği tespit edilmiştir. H_2 hipotezi reddedilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile ailesinin işletme sahibi olması arasında farklılık göstermediği tespit edilmiştir. H_3 hipotezi reddedilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile ailenin gelirine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile aile durumu arasında farklılık göstermediği tespit edilmiştir. H_5 hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir tabirle, öğrencilerin ailelerinin sağ veya vefat etmiş olması, birlikte yaşıyor veya ayrı olarak yaşıyor

olmaları bakımından öğrenciler arasında farklılık oluşturamamıştır.

Bu alanda yapılan çalışmaları incelediğimizde, Yavuz ve Yavuz (2017)'un üniversite öğrencilerine yaptığı çalışmasında yaş arttıkça girişimcilik ortalaması artmıştır. Yine başka bir değişken ailenin ekonomik düzeyi yüksek olanların girişimcilik eğiliminde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Babanın özel sektörde çalışıyor olması girişimcilik eğiliminde farklılık olduğunu göstermiştir. Küçük (2014) çalışmasında erkek öğrencilerin kadın öğrencilere kıyasla girişimciliğe fazla önem verdikleri ortaya koymuştur. Uygun vd. (2012)'nin çalışmasında gelir durumu yüksek olanların girişimcilik eğilimi arasında ilişki olduğu görülmüştür.

Bu çalışma Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünde okuyan öğrenciler ile yürütülmüştür. Farklı bölüm ve üniversiteler araştırmaya dahil edilerek çalışma tekrarlanabilir ve kıyaslama yapmak mümkün olabilir.

KAYNAKÇA / BIBLIOGRAPHY

- Aksel, İ. & Bağcı, Z. (2016). "Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesinin İİBF'sinde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma". İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, [Gelecek İçin Bilimsel İşbirliği Uluslararası Konferansı Özel Sayısı] Ekim- 2016, 2120-2133.
- Alpar, R. (2010), Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenilirlik. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, Z. B. & Coşkun Kasap, G. (2019). "Demografik Özelliklerin Ve Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: U.Ü. Teknik Bilimler Yüksek Okulu Örneği". Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi, 15 (1), 97-118.
- Bakırtaş, H. & Tekinşen, A. (2006). "E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (16), 125-138.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). "Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği". Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, 3(2), 133-147.
- Barutçu, E., Barutçu, E. & İrmış, A. (2012). "Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini Ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması". Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 26 (2), 1-25.
- Candan, H. (2011). "Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme". Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1 (2), 157-174.
- Cansız, E. (2007). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Çetin, O. & Taşdemir, Ö. (2017). "Girişimcilik Kapasitesi ve Bireysel Yenilikçiliğin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi". Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 6 (3), 76-87.
- Çatır, Ozan-Şimşek, Ali-Ölekli, Nilay (2015), "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma". Electronic Journal Of Vocational Colleges, Aralık, 4. Umyos Özel Sayısı, (105-114).
- Doğaner, M. ve Altunoğlu A.E. (2010). Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri". Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2),103-110.
- Erdurur, K. (2012). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimine etkisi: Akçakoca turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- George, D. and Mallery, P. (2019). *Adım adım IBM SPSS istatistikleri 26: Basit bir klavuz ve başvuru*. Routledge.
- Günay, A(2016). Bilişim Alanında Değişik Kademelerde Eğitim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Gümül F, Çalık A, Kurt H (2017). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma". Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(2), 91 - 107.
- Güreşçi, E(2014), "Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği". Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, Cilt.9, Sayı.1, (23-38).
- Hoşgör, H.- Çatak Tanyel, T .(2021)."Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Sağlık Bilimleri Fakültesi Örneği". the Journal of Academic Social Sciences
- İşcan, Ö. F. & Kaygın, E. (2011). "Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2), 275-286.
- İşcan, Ö. F. & Kaygın, E. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (2), 443-462.
- Keleş, H. vd. (2012). "Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 5(6), 107-118.
- Kılıç, . Y. , Keklik, Y. & Çalış, N. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği". Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (2), 423-435.
- Kızılgöl, Ö. & İşgüden, B. (2008). "Bandırma'nın Girişimcilik Potansiyelinin Değerlendirilmesi". Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 9 (2), 257-279.

- Koh, H.C. (1996). "Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hong MBA students". *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11 Issue: 3, pp.12-25.
- Korkmaz, O. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği". *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14(2), 209-226.
- Kök, S. (2007). Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Kadın Girişimciliği. *Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırma Serisi Yayın No: 1, Denizli*.
- Küçük, K. (2014). Kişilik özelliklerinin girişimcilik davranışına etkisi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Mirza, Ş., & Dağdeviren, İ. E. (2016). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Eşme Meslek Yüksekokulunda Bir Araştırma". *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(5), 82-105.
- Örücü, E. Kılıç, R. ve Yılmaz, Ö. (2007). "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2): 27-47.
- Seçgin, Y (2020). "Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Business and Management Studies: An International Journal*, 8(1), 803 - 827.
- Sığırı, Ü. ve Tıgılı, M. (2006), "Hofstede"nin Belirsizlikten Kaçınma Kültürel Boyutunun Yönetimsel-Örgütsel Süreçlere Ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi". *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 21(1), 327-342.
- Şenel, D., Öney Özgen, Ö.F. (2020). "Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri: Pamukkale Üniversitesi Çocuk Gelişimi Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *Antalya Bilim Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(2). 15-33.
- Taysı, K.-Canbaz, S. (2014), "Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini Ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". *Ejovoc: Electronic Journal Of Vocational Colleges*, Cilt.4, Sayı.1, (59-67).
- Timuroğlu, M. K. & Yılmaz, B. (2019). "Stres Ve Girişimcilik Niyeti". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33 (3), 699-714 .
- Tiyek, R. (2018). "Kosgeb Girişimcilik Eğitimlerinin Değerlendirilmesi: Kırklareli Örneği". *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (16), 54-72 .
- Top, S. (2006), *Girişimcilik keşif süreci (1. Baskı)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Uluyol, O. (2013), "Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt.6, Sayı.15, (350-372).
- Uygun, M.- Mete, S.- Güner, E. (2012), "Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi Ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler". *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt.4, Sayı.2, (145-156).
- Yardımcıoğlu, M. ve Ay, M. H. (2008). Türkiye'de girişimcilik üzerindeki vergi kolaylıkları. 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bişkek.
- Yavuz, A. & Yavuz, H. İ. (2017). "Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Taşkent Myo Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma - Determination Of Entrepreneurship Trends: A Study On Taşkent Vocational School Students". *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 89-100 .
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). "Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2): 195-203.
- Yüzüak, E. (2010). Üniversitede öğrenim gören kız öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörler: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Salahattin ALTUNDAĞ

Doktor Öğretim Üyesi

Dicle Üniversitesi Diyarbakır Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu

salahattinaltundag@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6198-7959>



Online Ticaret Hacmindeki Büyümenin Neden Olduğu Dijital Dönüşümün Finans Sektörüne Etkileri

*The Effects of Digital Transformation
Caused by The Growth in Online
Commerce Volume on The Finance Sector*

Makale Kategorisi (Araştırma Makalesi / Research Article)

Geliş Tarihi / The Date of Received: 04.04.2023

Kabul Tarihi / The Date of Accepted: 11.05.2023

Yayın Tarihi / The Date of Published: 28.07.2023

Atıf / Citation

Altundağ S. (2023). Online Ticaret Hacmindeki Büyümenin Neden Olduğu Dijital Dönüşümün Finans Sektörüne Etkileri, Yeni Fikir Dergisi, 15 (30), 10-23

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1277217

Altundağ S. (2023). The Effects of Digital Transformation Caused by The Growth in Online Commerce Volume on The Finance Sector The Journal of Yeni Fikir, 15 (30), 10-23

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1277217

Bu makalede intihal programıyla benzerlik raporu alınmıştır.
In this article, a similarity report with the plagiarism program was received.

Online Ticaret Hacmindeki Büyümenin Neden Olduğu Dijital Dönüşümün Finans Sektörüne Etkileri

Öz

Günümüzde, dijital dönüşüm iş yapış biçimlerinde köklü değişikliklere neden olarak tüm sektörleri etkilemektedir. Finans sektörü de bu değişimden önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu etkilerin en önemlilerinden biri, online ticaret hacminin artmasıdır. Bu çalışmanın amacı, dünya geneli ve Türkiye özelindeki verileri değerlendirerek dijital dönüşümün finans sektörüne etkilerini göstermek ve Türkiye'nin online ticaret hacmindeki payını belirlemektir. Çalışmanın önemi, finans sektörünün dijitalleşme sürecine uyum sağlayarak rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmaktır.

Çalışma kapsamında, dünya genelinde ve Türkiye özelinde sayısal veriler elde edilmiş ve yorumlanmıştır. Elde edilen sonuçlar, dijitalleşmenin finans sektöründe birçok yenilik getirdiğini, işlem hızını artırdığını, maliyetleri azalttığını, işlemlerin doğruluğunu artırdığını ve şeffaflığı artırdığını göstermektedir. Ancak, dijital araçların kullanımı ile birlikte yeni risklerin ortaya çıktığı ve bu risklerin yönetilmesi için uygun güvenlik önlemlerinin alınması gerektiği belirtilmiştir.

Türkiye'nin online ticaret hacmi ve finans sektöründe dijitalleşme trendleri de elde edilen verilerle belirlenmiştir. Sonuçlar, Türkiye'nin dijital dönüşümde hala gelişmekte olan bir ülke olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle, finans sektöründeki profesyonellerin dijitalleşme trendlerini takip etmeleri ve bu yenilikleri kendi iş süreçlerine entegre etmeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Dijital Dönüşüm, Finans Sektörü, Online Ticaret Hacmi, Dijitalleşme Trendleri, Online Ticaret, Finansal Teknoloji, Fintech.

The Effects of Digital Transformation Caused by The Growth in Online Commerce Volume on The Finance Sector

Abstract

In contemporary times, digital transformation is causing radical changes in business practices, affecting all sectors. The finance industry is also significantly impacted by this transformation. One of the most notable effects is the escalation in online shopping volume. The objective of this study is to assess global and country-specific data, illustrate the implications of digital transformation on the finance sector, and determine Turkey's portion of the online shopping volume. The importance of this study is to support the finance sector in obtaining a competitive edge by conforming to the digitization process.

Within the scope of this study, quantitative data has been obtained, examined, and interpreted both internationally and in Turkey. The outcomes reveal that digitization has introduced numerous innovations to the finance sector, increasing transaction speed, reducing costs, enhancing transaction accuracy, and augmenting transparency. However, it has been noted that the utilization of digital tools also poses new risks, and suitable security measures must be taken to manage these risks.

Turkey's online trade volume and digitization trends in the finance sector have also been determined based on the acquired data. The findings demonstrate that Turkey is still an emerging country in terms of digital transformation. Hence, it is concluded that finance sector professionals should track digitization trends and integrate these innovations into their business procedures.

Keywords: Digital Transformation, Finance Industry, Online Trade Volume, Digitization Trends, E-commerce, Financial Technology, Fintech.

1. GİRİŞ

Dijital dönüşüm ve online ticaret kavramları, günümüz iş dünyasında oldukça önemli bir yere sahip olmuştur. Son yıllarda özellikle online ticaret hacminin büyümesi ile birlikte dijital dönüşüm süreci hız kazanmış ve bu durum finans alanında da çeşitli etkilere yol açmıştır.

Dijital dönüşüm kavramı, işletmelerin faaliyetlerini dijital teknolojiler kullanarak yeniden yapılandırılmalarını ifade eder. Dijital dönüşüm süreci, kurumların iş süreçlerinde verimliliği artırarak daha hızlı, daha doğru ve daha etkili kararlar almalarını sağlamaktadır (Westerman, Bonnet ve McAfee, 2014, s. 3). Dijital dönüşüm süreci, işletmelerin kâr marjlarını artırarak rekabet avantajı elde etmelerini ve müşteri deneyimlerini iyileştirmelerini de sağlayabilir.

Online ticaret ise, ticaret işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesi anlamına gelir. Online ticaret, müşterilere daha kolay ve hızlı bir alışveriş deneyimi sunmakta ve işletmelerin potansiyel müşteri kitlesini genişletmelerine yardımcı olmaktadır (Huang, Benyoucef ve Lasserre, 2017, s. 2). Online ticaret hacminin büyümesi, işletmelerin dijital dönüşüm sürecine daha fazla yatırım yapmalarına yol açmaktadır.

Son yıllarda online ticaret hacminin büyümesi, dijital dönüşüm sürecini hızlandırmış ve finans alanında da çeşitli etkilere yol açmıştır. Finans alanı, işletmelerin dijital dönüşüm sürecinde karşılaştığı finans ihtiyaçlarını karşılamak üzere yeni finansman modelleri geliştirmekte ve mevcut finansman modellerini dijital dönüşüm sürecine uygun hâle getirmektedir (Poon ve Swatman, 2011, s. 4). Örneğin, İşletmelerin online ticaret faaliyetleriyle topladıkları veriler, finans sektöründe risk analizi için kullanılabilir ve bu da daha doğru kararlar alınmasına yardımcı olabilir.

Bu çalışmada, online ticaret hacminin büyümesi ile oluşan dijital dönüşümün finans sektörüne etkisini irdelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacı, online ticaret hacminin büyümesi ile oluşan dijital dönüşümün finans sektörüne olan etkisini belirlemek ve Türkiye'nin bu değişime olan katkısı ile beraber Türkiye'nin online ticaret hacminin büyümesindeki payını sayısal veriler ile yorumlanmaktadır.

2. ÇALIŞMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde dijital dönüşüm, tüm sektörleri etkileyerek iş yapış biçimlerinde köklü değişikliklere neden olmaktadır. Finans sektörü de bu değişimden önemli ölçüde etkilenmektedir. Online ticaret hacminin artması, finans sektörünü de etkileyen önemli bir sonuçtur.

Bu çalışmada, online ticaret hacminin artmasıyla ortaya çıkan dijital dönüşümün finans sektöründeki etkisi incelenerek, Türkiye'deki online ticaret hacminin yıllara göre belirlenmesi hedefleniyor. Bunun için

Türkiye'ye özgü sayısal verilerle dünya genelindeki sayısal veriler karşılaştırılacaktır.

Çalışma; finans sektörünün dijitalleşme sürecine uyum sağlaması, rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olacağından önemlidir; ayrıca, sektörel ve akademik çevrelerdeki diğer araştırmacılar ve finans kuruluşları için de önemli bir referans kaynağı olabilir. Bu sayede, finans sektöründeki dijital dönüşümün yönetimi için daha iyi bir anlayışa sahip olunabilir ve gelecekteki yatırımlar daha bilinçli bir şekilde yapılabilir. Çalışma, finans sektöründeki dijital dönüşümün yönetimine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

3. METODOLOJİ VE ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışma, finans sektörüne dijital dönüşümün etkilerini belirlemek ve Türkiye'nin bu etkiye katılımını incelemek amacıyla dünya genelindeki sayısal verilerin elde edilmesi ve Türkiye'deki sayısal verilerin dünya genelindeki verilerle karşılaştırılması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın odak noktası, online ticaret hacmindeki büyümenin finans sektörüne yansımalarıdır ve bu etkiler irdelenmiştir.

Çalışmanın metodolojisi, nitelikli bir araştırma yöntemi kullanarak verilerin güvenilir kaynaklardan toplanmasını ve doğru bir şekilde yorumlanmasını içermektedir. Elde edilen sayısal veriler, anlamlı bir şekilde yorumlanmış ve sonuçlar, tablo ve grafikler kullanılarak görselleştirilmiştir. Bu yöntem, araştırma sonuçlarının doğru bir şekilde yorumlanmasına yardımcı olmuştur.

Çalışmanın sonuçları, finans sektörüne yönelik politikaların belirlenmesinde ve finans sektöründeki kurumların stratejilerinin oluşturulmasında önemli bir rol oynayabilir. Özellikle, dijital dönüşüme uyum sağlayan kurumlar, online ticaret hacmindeki büyümenin finans sektörüne olan etkilerini daha avantajlı bir şekilde kullanabilirler. Ayrıca, bu çalışma dijitalleşme sürecine uyum sağlamak isteyen şirketler için de önemli bir kaynak olabilir.

4. DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN FİNANSMAN ALANINA ETKİSİ

4.1. Dijital Dönüşümün Finans Sektörüne Etkisi Hakkında Genel Bir Bakış

Dijital dönüşüm ve online ticaret günümüz iş dünyasında oldukça önemli bir yer edinmiştir. Özellikle son yıllarda online ticaret hacminin büyümesi ile birlikte dijital dönüşüm süreci hız kazanmış ve bu durum finans sektöründe de çeşitli etkilere yol açmıştır.

Dijital dönüşüm, işletmelerin faaliyetlerini dijital teknolojiler kullanarak yeniden yapılandırılmalarını ifade eder. Bu süreç, kurumların iş süreçlerinde verimliliği artırarak daha hızlı, daha doğru ve daha etkili kararlar almalarını sağlar. Ayrıca, dijital dönüşüm süreci,

işletmelerin kâr marjlarını artırarak rekabet avantajı elde etmelerini ve müşteri deneyimlerini iyileştirmelerini de sağlayabilir.

Online ticaret ise, ticaret işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesi anlamına gelir. Online ticaret, müşterilere daha kolay ve hızlı bir alışveriş deneyimi sunmakta ve işletmelerin potansiyel müşteri kitlesini genişletmelerine yardımcı olmaktadır. Online ticaret hacminin büyümesi, işletmelerin dijital dönüşüm sürecine daha fazla yatırım yapmalarına yol açmaktadır.

Son yıllarda online ticaret hacminin büyümesi, dijital dönüşüm sürecini hızlandırmış ve finans sektöründe de çeşitli etkilere yol açmıştır. Finans sektörünü, işletmelerin dijital dönüşüm sürecinde karşılaştığı finansman ihtiyaçlarını karşılamak üzere yeni finansman modelleri geliştirmekte ve mevcut finansman modellerini dijital dönüşüm sürecine uygun hâle getirmektedir.

Örneğin, işletmelerin online ticaret faaliyetleri sırasında topladıkları veriler, finans sektöründe risk analizi yapmak için kullanılabilir ve bu da daha doğru kararlar verilmesine yardımcı olabilir. Günümüz iş dünyasında dijital dönüşüm ve online ticaret kavramlarının önemi giderek artmaktadır.

Online ticaret hacminin büyümesi, dijital dönüşüm sürecinin hızlanmasına ve finans sektöründe çeşitli etkilere yol açmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle, işletmelerin online ticaret hacmini göz önünde bulundurarak dijital dönüşüm sürecine uygun yeni finansman modelleri geliştirmeleri ve mevcut finansman modellerini dijital dönüşüm sürecine uyarlamaları gerekmektedir.

Ayrıca, finans sektöründe dijital teknolojiler kullanarak veri analizi ve risk yönetimi gibi süreçlerin iyileştirilmesi, işletmelerin finansal kararlarını daha doğru ve etkili bir şekilde almalarına yardımcı olur.

Bununla birlikte, dijital dönüşümün finans sektörüne etkisi sadece finansman modellerindeki değişikliklerle sınırlı kalmamaktadır. Dijital dönüşüm süreci, finans sektöründe çalışanların da iş süreçlerini değiştirmelerini gerektirmektedir. Finans sektöründe çalışanlar, dijital teknolojileri kullanarak iş süreçlerini daha verimli hâle getirebilmeli ve dijital verileri doğru bir şekilde analiz edebilmelidir (Lefebvre ve Lefebvre, 2013, s. 3).

Dijital dönüşüm ve online ticaret günümüz iş dünyasında son derece kritik bir rol oynamaktadır. Bu süreçler, işletmelerin faaliyetlerini dijital teknolojiler kullanarak yeniden yapılandırılmalarına ve böylece daha hızlı, daha doğru ve daha etkili kararlar vermelerine imkân tanıyarak verimliliklerini artırmalarını sağlar. Ayrıca, online ticaret işletmelerin potansiyel müşteri kitlesini genişletmelerine yardımcı olur ve dijital dönüşüm sürecinin hızlanmasına yol açar.

Ancak, dijital dönüşümün finans sektörüne etkisi sadece finansman modellerindeki değişikliklerle sınırlı

değildir. Finans sektöründe çalışanların da dijital teknolojileri kullanarak iş süreçlerini daha verimli hâle getirmeleri ve dijital verileri doğru bir şekilde analiz edebilmeleri gerekmektedir.

İşletmelerin online ticaret hacmini göz önünde bulundurarak dijital dönüşüm sürecine uygun yeni finansman modelleri geliştirmeleri ve mevcut finansman modellerini dijital dönüşüm sürecine uyarlamaları, finansal kararlarını daha doğru bir şekilde alabilmeleri açısından önemlidir.

4.2. Dijital Dönüşümün Finans Sektörüne Etkisi Hakkında Genel Bir Bakış

Günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesi ile birlikte dijital dönüşüm, tüm sektörlerde büyük bir önem kazanmıştır. Finans sektörü de bu dönüşümün en çok etkilediği sektörlerin başında gelmektedir. Dijital dönüşüm, finansal performans ve verimlilik üzerinde önemli etkilere sahiptir.

Dijital dönüşümün finansal performans üzerindeki etkisi, işletmelerin maliyetlerini azaltması, gelirlerini artırması ve müşteri memnuniyetini sağlaması yoluyla gerçekleşmektedir. Dijitalleşme sayesinde, işletmeler operasyonel süreçlerini optimize ederek daha verimli hâle getirebilmekte ve bunun sonucunda maliyetlerini azaltabilmektedirler (Ghazawneh ve Henjewe, 2018, s. 78).

Bunun yanı sıra, dijital dönüşüm, işletmelerin gelirlerini artırması için yeni fırsatlar yaratmaktadır. Örneğin, online bankacılık hizmetleri sayesinde müşterilerin banka işlemlerini kolayca gerçekleştirmesi sağlanırken, bu hizmetlerin kullanımı işletmelerin müşteri tabanını genişletmesine yardımcı olmaktadır (Al-Ma'aitah ve diğerleri, 2020, s. 61). Bu da doğal olarak işletmelerin gelirlerinin artmasına yol açmaktadır.

Dijital dönüşümün finansal verimlilik üzerindeki etkisi ise, işletmelerin daha hızlı ve doğru kararlar alabilmesi, operasyonel süreçlerin otomatikleştirilmesi ve müşteri deneyimindeki artış sayesinde gerçekleşmektedir. Dijitalleşme sayesinde, işletmeler daha doğru ve hızlı kararlar alabilmekte ve bu da işletmelerin daha verimli hâle gelmesine yardımcı olmaktadır (Bao ve diğerleri, 2020, s. 12).

Bunun yanı sıra, dijital dönüşüm, işletmelerin operasyonel süreçlerinin otomatikleştirilmesi sayesinde de finansal verimliliği artırmaktadır. Örneğin, otomatikleştirilmiş fatura işlemleri sayesinde, işletmelerin fatura işlemleri daha hızlı ve doğru bir şekilde gerçekleşmektedir (Ghazawneh ve Henjewe, 2018, s. 79). Böylece işletmelerin operasyonel süreçlerindeki verimlilik artmakta ve zaman ve kaynak tasarrufu sağlanmaktadır.

Ayrıca, dijital dönüşümün finans sektöründe müşteri deneyimi üzerindeki etkisi de oldukça önemlidir. Dijitalleşme sayesinde, işletmeler müşterilerine daha iyi hizmet sunabilmekte ve müşteri memnuniyeti

artmaktadır. Örneğin, dijital bankacılık hizmetleri sayesinde müşterilerin bankacılık işlemlerini kolayca yapabilmesi ve banka hizmetlerinden daha hızlı ve kesintisiz bir şekilde yararlanabilmesi sağlanmaktadır (Bao ve diğerleri, 2020, s. 12). Bunun sonucunda, müşteri memnuniyeti artmakta ve müşteri sadakati sağlanmaktadır. Müşteri sadakati de işletmelerin uzun vadeli finansal performansına pozitif etki etmektedir.

Dijital dönüşüm, finans sektöründe maliyetleri azaltarak, gelirleri artırarak ve müşteri memnuniyetini artırarak finansal performans ve verimlilik üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. İşletmeler, dijitalleşme ile operasyonel süreçlerini optimize edebilir, yeni fırsatlar yaratabilir, karar alma süreçlerini hızlandırabilir ve müşteri deneyimini geliştirebilir. Bu nedenle, finans sektöründeki işletmelerin dijital dönüşüme ayak uydurarak, dijital teknolojileri kullanarak verimliliği artırmaları ve rekabet avantajı elde etmeleri önemlidir.

5. FİNANSMAN YÖNETİMİ VE ONLİNE TİCARET ARASINDAKİ İLİŞKİ

Finansman yönetimi, bir şirketin finansal kaynaklarını toplama, kullanma ve yönetme sürecidir. Bu süreçte, şirketin karlılığını artırmak ve risklerini minimize etmek için stratejiler geliştirilir. Dijital dönüşüm süreci, finansman yönetiminde yeni fırsatlar ve zorluklar yaratmıştır.

Bu açıdan, online ticaretin finansman yönetimine etkisi oldukça önemlidir. Online ticaretin finansman yönetimine etkisi, finansman kaynaklarının toplanması, harcanması ve yönetimi açısından incelenebilir.

İlk olarak, online ticaret, şirketlerin finansman kaynaklarını toplama sürecinde yeni fırsatlar sunar. Şirketler, online satış kanallarını kullanarak yeni müşteriler bulabilir ve gelirlerini artırabilirler. Ayrıca, online platformlarda reklam vermek ve sosyal medya aracılığıyla pazarlama yapmak, şirketlerin markalarını daha geniş kitlelere tanıtmalarına yardımcı olabilir (Özkan, 2019, s. 244).

Diğer yandan, online ticaretin finansman yönetimine etkisi, harcama sürecinde de kendisini gösterir. Şirketler, online platformlarda ürünlerini satarken, fiziksel mağazaların aksine, düşük maliyetlerle daha fazla ürün satabilirler. Bu nedenle, şirketlerin online platformlarda satış yapmaları, karlılıklarını artırabilir. Ancak, online platformlarda satış yapmak, aynı zamanda, şirketlerin lojistik ve depolama maliyetlerini artırabilir (Güleş, 2020, s. 58).

Online ticaretin finansman yönetimine etkisi, finansman kaynaklarının yönetimi açısından da önemlidir. Şirketler, online platformlarda satış yaparak, nakit akışlarını hızlandırabilirler. Bu, şirketlerin borçlarını ödemelerine ve finansman ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, online platformlar, şirketlerin finansman yönetiminde daha fazla veri toplamasına imkân sağlar. Şirketler, online

platformlarda müşteri davranışları hakkında daha fazla veri toplarlar ve bu verileri, finansman stratejileri geliştirirken kullanabilirler (Yüksel, 2021, s. 23).

Online ticaretin finansman yönetimine etkisi oldukça önemlidir. Şirketler, online satış kanallarını kullanarak yeni müşteriler bulabilir ve gelirlerini artırabilirler. Ayrıca, online platformlarda reklam vermek ve sosyal medya aracılığıyla pazarlama yapmak, şirketlerin markalarını daha geniş kitlelere tanıtmalarına yardımcı olabilir. Online platformlarda ürünlerin düşük maliyetlerle daha fazla satılması, şirketlerin karlılığını artırabilir. Ancak, online platformlarda satış yapmak, lojistik ve depolama maliyetlerini de artırabilir. Şirketler, online platformlarda nakit akışlarını hızlandırarak, finansman ihtiyaçlarını karşılayabilirler ve daha fazla veri toplayabilirler. Bu nedenle, şirketlerin dijital dönüşüme uyum sağlayarak, online ticaretin sunduğu fırsatları değerlendirmeleri ve finansman yönetimlerinde dijital araçları kullanmaları, rekabet avantajı sağlayabilir.

6. ONLİNE ALIŞVERİŞ HACMİNDEKİ ARTIŞIN FİNANS SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Teknolojik gelişmelerin finansal kurumlar için önemi oldukça büyüktür. Özellikle son yıllarda, finans sektöründe dijitalleşme süreci hızla ilerlemiştir.

Tüm bu teknolojik gelişmeler, finans sektörünü oldukça etkilemiş ve finansal kurumların müşterilerine daha iyi hizmet sunabilmelerini sağlamıştır. Özellikle online ticaretler, tüketiciler için daha kullanışlı bir seçenek sunarken finansal kurumlar için de önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Finansal kurumlar, online ticaret hacminin artmasıyla birlikte yeni müşteriler kazanırken mevcut müşterilerine de daha iyi hizmetler sunabilmektedirler. Ayrıca online ticaretler, finansal kuruluşların dijital ödeme sistemlerini geliştirmelerine imkân tanıyarak, ödeme işlemlerinin daha hızlı ve güvenli bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır.

Dijitalleşme, finans sektöründe online ticaret hacmini artırmıştır. İnternet üzerinden yapılan alışverişler, tüketiciye kolaylık sağladığı gibi finansal kuruluşlara da büyük bir potansiyel sunmaktadır. Finans kuruluşları, online ticaret hacminin artmasıyla birlikte yeni müşteriler kazanmakta ve mevcut müşterilerine daha iyi hizmetler sunabilmektedirler. Online ticaretler aynı zamanda, finansal kuruluşların dijital ödeme sistemlerini geliştirmelerini sağlayarak, ödeme işlemlerinin daha hızlı ve güvenli bir şekilde yapılmasına imkân tanımaktadır.

Online ticaret işlemlerinin artması, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi ve ödeme sistemlerinin gelişmesi gibi faktörler, tüketicilerin ödeme alışkanlıklarını ve finansman ihtiyaçlarını da değiştirmiştir (Brynjolfsson et al., 2018, s. 21). Bu değişimler, finans sektöründeki kuruluşları yenilik yapmaya ve müşteri taleplerine cevap vermek için dijital ürünler ve hizmetler sunmaya zorlamıştır. Özellikle fintech şirketleri, online ticaret hacmindeki artıştan

büyük ölçüde faydalanmaktadır ve bu durum, finans sektöründeki geleneksel oyuncuların da yenilik yapmak zorunda kalmalarına sebep olmuştur (Agrawal et al., 2021, s. 56).

Online ticaretin finans sektörüne etkisi, sadece ödeme sistemleri ve dijital ürünlerle sınırlı değildir. Online ticaretin artması, perakende sektöründeki işletmelerin finansman ihtiyaçlarını da değiştirmiştir. Geleneksel olarak, perakende sektöründeki işletmeler, bankalardan kredi almaktadır. Ancak, online ticaret hacminin artmasıyla birlikte, alternatif finansman kaynaklarına yönelme eğilimleri de artmıştır (Kshetri, 2018, s. 43).

Online ticaret hacmindeki artış, finans sektörüne etkisini sebep olduğu değişim, finans sektöründeki aktörlerin uyum sağlamalarını ve yenilikler yapmalarını gerektirmektedir. Bu nedenle, finans sektöründeki oyuncuların bu değişime adapte olmaları, müşterilerin ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmetler sunmaları ve rekabet avantajı elde etmeleri için kritik önem taşımaktadır. Bu durum, finans sektöründe dijitalleşme trendinin hızlanmasına ve fintech şirketlerinin yükselişine sebep olmuştur (Bughin et al., 2018, s. 14).

6.1. Dünya Genelinde Online ticaret Hacmindeki Artışın Finans Sektörüne Etkileri

Günümüzde online ticaret hacmindeki hızlı artış, finans sektöründe çeşitli etkiler yaratmaktadır. Bu etkileri anlamak için, dünya genelindeki online ticaret trendlerini incelemek ve finansal verileri analiz etmek önemlidir.

Online ticaretin popülaritesi, tüketicilerin satın alma deneyimini önemli ölçüde değiştirmiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte, tüketiciler artık sadece fiziksel mağazalarda değil, internet üzerinden de ürün ve hizmet satın alabilmektedir. Bu nedenle, online ticaret hacmindeki artışın finans sektörü üzerindeki etkisi oldukça geniş kapsamlıdır. Bu etkileri anlamak ve finans sektöründeki oyuncuların bu değişimlere uyum sağlamaları ve yenilik yapmaları için sayısal verilerin toplanması ve yorumlanması gerekmektedir.

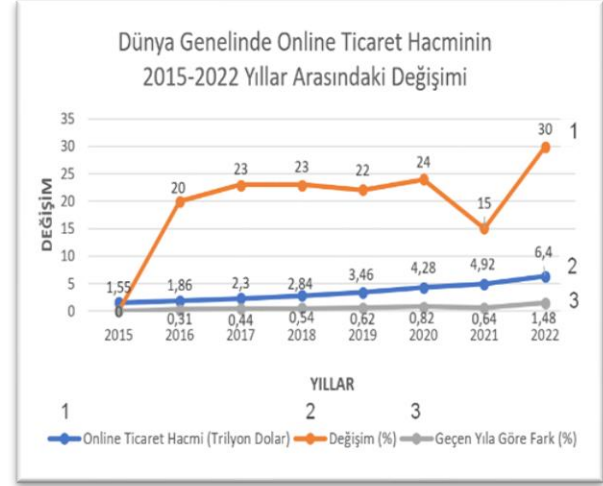
Tablo-1 ve Grafik-1’de, online ticaret hacmindeki artışın finans sektörüne etkisini gösteren sayısal veriler yer almaktadır:

Yıl	Online Ticaret Hacmi (Trilyon \$)	Değişim (%)	Geçen Yıla Göre Fark (Trilyon \$)
2015	1,55	-	-
2016	1,86	+20	+0,31
2017	2,3	+23	+0,44
2018	2,84	+23	+0,54
2019	3,46	+22	+0,62
2020	4,28	+24	+0,82
2021	4,92	+15	+0,64
2022	6,4	+30	+1,48

Tablo-1: Dünya Genelinde Online Ticaret Hacminin 2015-

2022 Yıllar Arasındaki Değişimi

Kaynak: (Statista. 2021); (Statista. 2021, 15 Nisan); (Verdict. 2018, 7 Şubat); (UNCTAD. 2019); (Statista. 2021); (Statista. 2021); (Statista. 2021); (Statista. 2021); (eMarketer. 2021); (Statista 2021); (Statista. 2022) kaynaklarından yararlanarak tarafımdan hazırlanmıştır.



Grafik-1: Global e-Ticaret Hacmindeki Yıllık Değişimlerin Grafiksiz Görünümü

Kaynak: (Statista. 2021); (Statista. 2021, 15 Nisan); (Verdict. 2018, 7 Şubat); (UNCTAD. 2019); (Statista. 2021); (Statista. 2021); (Statista. 2021); (Statista. 2021); (eMarketer. 2021); (Statista 2021); (Statista. 2022) kaynaklarından yararlanarak tarafımdan hazırlanmıştır.

Tablo-1, online ticaretin ve dijital dönüşümün finans sektörüne etkisini incelemek için önemli bir kaynak sağlamaktadır. Online ticaret hacminin sürekli artması, dijital ödeme işlemlerinin artması ve online perakende satışlarının toplam perakende satışlar içindeki payının artması, finans sektörüne büyük ölçüde etkilemektedir.

2015 yılında online ticaret hacmi 1,55 trilyon dolar olarak gerçekleşti. Ancak, 2016 yılında bu rakam %20 artarak 1,86 trilyon dolar düzeyini buldu. 2017 yılında, online ticaret hacmi 2,3 trilyon dolara yükseldi; bu yükseliş, bir önceki yıla göre %23'lük bir artışa işaret etmektedir. 2018 yılında, online ticaret hacmi 2,84 trilyon dolar seviyesine gelerek bir önceki yıla göre %23'lük bir artış gösterdi. 2019 yılında, online ticaret hacmi 3,46 trilyon dolara ulaştı, bu da bir önceki yıla göre %22'lik bir artışa işaret etmektedir. 2020 yılında, online ticaret hacmi 4,28 trilyon dolara yükseldi ve dünya çapındaki dijital ödeme işlemlerinin toplam hacmi 4,4 trilyon doları aştı. Aynı yıl, online perakende satışlarının toplam perakende satışların %19,5'ini oluşturduğu tahmin edilmektedir. Bu rakamlar, online ticaretin giderek artan bir şekilde önem kazandığını göstermektedir.

Özellikle pandemi dönemi ile birlikte, online ticaret hacmi hızla artış gösterdi. 2021 yılında, online ticaret hacmi 4,92 trilyon dolar olarak gerçekleşti ve küresel e-

ticaret işlem hacmi bu rakama ulaştı. Ayrıca, dijital ödemelerin toplam ödeme işlemlerinin %44'ünü oluşturduğu tahmin edilmektedir. Dijital bankacılık kullanıcılarının sayısı da 3,6 milyarı aşarak, dijital bankacılık sektörünün de büyük bir ivme kazandığını göstermektedir.

2015 yılından 2022 yılına kadar olan süreçte, online ticaret hacmi hızlı bir şekilde artış göstermiştir. 2015 yılında 1,55 trilyon dolar olan online ticaret hacmi, 2022 yılında 6,4 trilyon doları aşarak büyük bir artış kaydetmiştir. Bu rakamlar, online ticaretin finans sektörü üzerindeki etkisinin giderek arttığını göstermektedir.

Özellikle son yıllarda online ticaretin artış göstermesi, finans sektörü için büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Çünkü online ticaret, finans sektöründe yeni fırsatlar yaratarak, finans sektörü için önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Bu nedenle, finans sektörü de online ticaretin gelişimine paralel olarak kendini sürekli olarak yenilemektedir.

Ayrıca, 2015-2022 yılları arasında oluşan değişimlere bakıldığında, online ticaret hacminin hızlı bir şekilde artış gösterdiği görülmektedir. 2015 yılında başlayan bu artış, özellikle son birkaç yıl içerisinde büyük bir ivme kazanmıştır. Bununla birlikte, dijital ödemelerin toplam ödeme işlemlerinin %44'ünü oluşturduğu tahmin edilirken, dijital bankacılık kullanıcılarının sayısı da 3,6 milyarı aşmıştır. Bu veriler, finans sektörünün online ticaretin gelişimiyle birlikte dijital dönüşüme ayak uydurduğunu ve bu alanda ciddi bir büyüme potansiyeli olduğunu göstermektedir.

Online ticaretin hızlı bir şekilde artış göstermesi, finans sektörü için yeni fırsatlar yaratmış ve finans sektöründeki dijital dönüşümü hızlandırmıştır. Bu alanda yapılan yatırımlar ve yenilikler, finans sektörünün online ticaretin gelişimine paralel olarak büyümesini sağlamaktadır.

6.2. Türkiye Özelinde Online ticaret Hacmindeki Artışın Finans Sektörüne Etkileri:

Türkiye'de son yıllarda online ticaret hacminde gözle görülür bir artış yaşanmaktadır. Bu artışın finans sektörüne etkileri de oldukça önemlidir. Bu bölümde; Türkiye'de online ticaret hacmindeki artışın finans sektörüne olan etkileri incelenmeye çalışılmıştır.

Öncelikle, Türkiye'deki online ticaret hacminin ne kadar arttığına dair sayısal veriler toplanmaktadır ve bu veriler yorumlanmaktadır. Ayrıca, online ticaretin finans sektöründeki etkilerine dair literatür taraması da yapılmaktadır. Sonrasında ise, bu veriler ve literatür taraması sonuçlarına dayanarak, online ticaretin finans sektörüne etkileri detaylı bir şekilde incelenmeye ve online ticaret hacmindeki artışın finans sektörüne olan etkileriyle ilgili öneriler de sunulmaya çalışılmıştır. Bu öneriler, finans sektöründeki paydaşların online ticaretin finansmanı ile ilgili daha doğru kararlar almasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Online ticaret hacmi ile ilgili Türkiye özelindeki sayısal verileri şöyledir:

Aşağıdaki Tablo-2, Grafik-2 ve Grafik-3'te; Türkiye özelinde, online ticaret hacmindeki artışın finans sektöründeki etkisini gösteren sayısal veriler yer almaktadır:

Yıl	Online Ticaret Hacmi (₺)	Değişim (%)	Döviz Kuru (₺/\$)*	Online Ticaret Hacmi (\$)	Değişim (%)
2015	24,6	-	2,96	8,330	-
2016	30,8	+25,20%	3,02	8,176	-1,86%
2017	42,2	+36,90%	3,65	11,227	+37,19%
2018	59,9	+41,99%	4,79	11,585	+3,18%
2019	83,1	+38,54%	5,89	13,883	+19,85%
2020	226,21	+172,16%	7,28	30,999	+123,62%
2021	381,5	+68,1%	8,2590	27,548	-11,3%
2022	700**	+116,2%	10,7530	65,125	+136,6%

Tablo 2: Türkiye Özelinde Online Ticaret Hacminin 2015-2022 Yılları Arasındaki Değişimi

(Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın yıllık ortalamaları kullanılarak yapılmıştır. Bu nedenle, gerçek döviz kuru değerlerinden farklılıklar olabilir.)

* Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın yıllık ortalamaları kullanılarak yapılmıştır. Bu nedenle, gerçek döviz kuru değerlerinden farklılıklar olabilir.

** 2022 yılı verisi tahmindir.

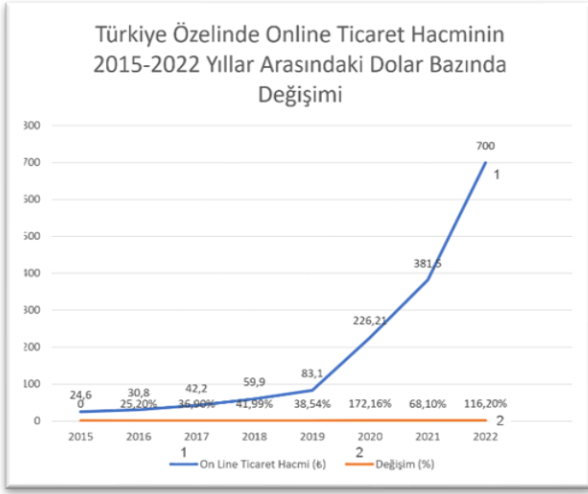
Kaynak: (Interpress. 2017, February 14); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2017); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2018); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2019); (WorldEF. 2021, January 21); (Türkiye Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi. 2021); (Ticaret Bakanlığı. 2022); (Para Dergi. 2023) kaynaklarından yararlanarak tarafımdan hazırlanmıştır.



Grafik 2: Türkiye Özelinde Online Ticaret Hacminin 2015-2022 Yılları Arasındaki Türk Lirası Bazında Değişiminin Grafiksiz Görünümü

Kaynak: (Interpress. 2017, February 14); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2017); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2018);

(Türkiye İstatistik Kurumu. 2019); (WorldEF. 2021. January 21); (Türkiye Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi. 2021); (Ticaret Bakanlığı. 2022); (Para Dergi. 2023) kaynaklarından yararlanarak tarafımdan hazırlanmıştır.



Grafik 3: Türkiye Özelinde Online Ticaret Hacminin 2015-2022 Yılları Arasındaki Dolar Bazında Değişiminin Grafikselsel Görünümü

Kaynak: (Interpress. 2017, February 14); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2017); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2018); (Türkiye İstatistik Kurumu. 2019); (WorldEF. 2021. January 21); (Türkiye Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi. 2021); (Ticaret Bakanlığı. 2022); (Para Dergi. 2023) kaynaklarından yararlanarak tarafımdan hazırlanmıştır.

Aşağıda; Türkiye'deki online ticaret hacmi verileri incelenerek, online ticaretin büyümesinin finans sektörüne etkisi yorumlanmıştır:

2015 yılında, online ticaret hacmi 24,6 milyar TL idi ve döviz kuru 2,9553 TL/USD idi. Bu, 8,33 milyar dolarlık bir online ticaret hacmi anlamına gelmektedir. 2022 yılında ise online ticaret hacmi 700 milyar TL'ye yükselmiş ve döviz kuru 18,8115 TL/USD olmuştur. Bu da 37,183 milyar dolarlık bir online ticaret hacmi anlamına gelir. Bu verilere göre, online ticaret hacmindeki büyüme 2015 yılından 2022 yılına kadar %2716 oranında artmıştır.

Döviz kuru da, online ticaret hacminin artışı ile birlikte artmıştır. 2015 yılında döviz kuru 2,9553 TL/USD iken, 2022 yılında 18,8115 TL/USD seviyesine yükselmiştir. Bu, Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik koşulların yanı sıra, küresel piyasalardaki değişikliklerin bir sonucudur.

2015 yılında, Türkiye'nin Online Ticaret Hacmi 24,6 milyar ₺ iken, bu miktar 2022 yılında 700 milyar ₺'ye yükselmiştir. Bu, yaklaşık 28 katlık bir artışa denk gelmektedir. Bu artışın nedenleri arasında, teknolojinin gelişmesi, dijital altyapının güçlenmesi, e-ticaret platformlarının yaygınlaşması, geniş bir ürün yelpazesine erişim imkanı gibi faktörler yer almaktadır.

Ayrıca, Covid-19 pandemisi de online alışveriş hacminin artışına katkıda bulunmuştur.

Diğer yandan, 2015 yılında Türkiye'nin Online Ticaret Hacmi 8,33 milyar \$ iken, 2022 yılında bu miktar 37,183 milyar \$'ye yükselmiştir. Bu, yaklaşık 4,5 katlık bir artışa denk gelmektedir. Dolar cinsinden Online Ticaret Hacmindeki bu artışın nedenleri arasında, Türkiye'nin e-ticaret sektöründeki gelişmeleri, dış ticaret hacmindeki artış, döviz kurlarındaki değişimler ve küresel e-ticaret trendlerinin etkileri yer almaktadır.

2015 ve 2022 yılları arasındaki Türk Lirası Online Ticaret Hacmi değişimi, %2,846 artıştan %174,728 artışa yükselmiştir. Bu artışın nedeni, Türkiye'nin e-ticaret sektöründeki hızlı büyümedir. 2015 ve 2022 yılları arasındaki ABD Doları cinsinden Online Ticaret Hacmi değişimi ise, %346 artıştan %346 artışa sabit kalmıştır.

Online ticaret hacmindeki artışın finans sektörüne önemli etkileri olmuştur. Online ticaret hacmindeki bu artış, finans sektörüne önemli etkileri olan bir dönüşüm sürecinin yaşanmasına neden olmuştur. Öncelikle, bu durum bankacılık ve ödeme sistemleri gibi finansal hizmetlerin dijitalleşmesine yol açmıştır. Bu sayede, finansal işlemler daha hızlı ve güvenli bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle, finans sektörü için online ticaret hacminin gelecekte de artmaya devam edeceği ve bu alanlara yatırım yapmanın önemli olacağı öngörülmektedir.

6.3. Online ticaret Hacmindeki Artışın Finans Sektörüne Etkisi Sonuçlarının Dünya Geneli ile Türkiye Karşılaştırması

Günümüzde internet teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte, online ticaret hacmi de hızla artmaktadır. Bu artış, özellikle finans sektöründe önemli sonuçlara neden olmaktadır. Online ticaret hacminin artması, finans sektöründeki ödeme sistemleri ve finansal kurumlar üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki, online ticaret hacminin dünya genelindeki ve Türkiye'deki durumlarının karşılaştırılmasıyla daha iyi anlaşılabilir (McKinsey ve Company, t.y.).

Dünya genelinde online ticaret hacminin hızla artması, finansal kurumlar ve ödeme sistemleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle pandemi döneminde insanların evden çıkamaması nedeniyle online ticaret hacmi hızla artmıştır. Bu artış, finansal kurumların online ödeme sistemlerini geliştirmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, ödeme sistemlerinin güvenliği ve işlem hızı da önem kazanmıştır. Bu bağlamda, online ticaret hacminin finans sektörüne etkilerinin detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir (United Nations Conference on Trade and Development, 2020).

Türkiye'de de online ticaret hacmi hızla artmaktadır. Bu artışın özellikle son yıllarda gerçekleşen dijitalleşme süreciyle paralel olduğu görülmektedir. Türkiye'nin online ticaret hacmindeki payının dünya genelindeki durumunun karşılaştırılması, Türkiye'nin dijitalleşme sürecindeki durumunu da göstermektedir. Bu bağlamda,

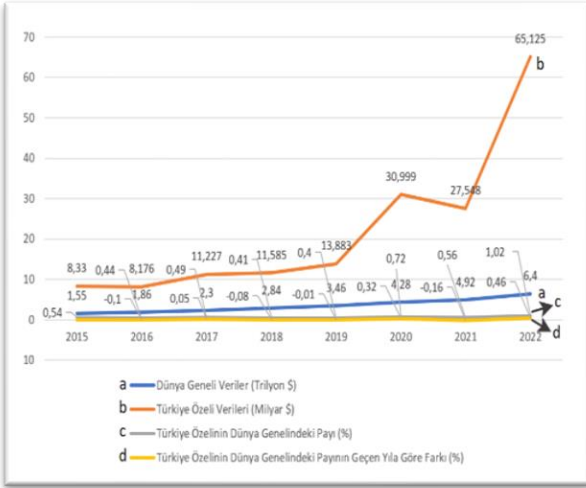
Türkiye'nin online ticaret hacmindeki payının incelenmesi, Türkiye'nin dijitalleşme sürecindeki ilerlemesinin ölçülmesine yardımcı olmaktadır. (eCommerce Foundation, 2020).

Aşağıdaki Tablo-3 ve Grafik-4'te, dünya genelinde ve Türkiye özelinde online ticaret hacmindeki artışın finans sektörüne etkisini gösteren sayısal veriler karşılaştırılmış ve Türkiye'nin dünya genelindeki online ticaret hacmindeki payı gösterilmiştir:

Yıllar	Dünya Geneli Veriler (Trilyon \$)	Türkiye Özeli Verileri (Milyar \$)	Türkiye Özelinin Dünya Genelindeki Payı (%)	Türkiye Özelinin Dünya Genelindeki Payının Geçen Yıla Göre Farkı (%)
2015	1.55	8.33	0.54%	N/A
2016	1.86	8.176	+0.44%	-0.10%
2017	2.3	11.227	+0.49%	+0.05%
2018	2.84	11.585	+0.41%	-0.08%
2019	3.46	13.883	+0.40%	-0.01%
2020	4.28	30.999	+0.72%	+0.32%
2021	4.92	27.548	+0.56%	-0.16%
2022	6.4	65.125	+1.02%	+0.46%

Tablo 3: Dünya Geneli ile Türkiye Özelinde Online Ticaret Hacmindeki Yıllık Değişimlerin Karşılaştırılması ve Türkiye'nin Payı: 2015-2022

Kaynak: Çalışmanın 5.1. ve 5.2. bölümlerindeki veriler kullanılarak tarafımdan hazırlanmıştır.



Grafik 4: Dünya Geneli ile Türkiye Özelinde Online Ticaret Hacmindeki Yıllık Değişimlerin Karşılaştırılması ve Türkiye'nin Payını Gösteren Grafik: 2015-2022

Kaynak: Çalışmanın Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3'ün verileri kullanılarak tarafımdan hazırlanmıştır.

2015 yılına odaklandığımızda, Türkiye'nin online ticaret hacmi Dünya genelindeki payının sadece %0,8'i kadardı. Ancak, Türkiye'nin online ticaret hacmi %39,3'lük bir büyüme göstererek, 2022 yılında Dünya genelindeki payının %1,9'una yükseldi. Bu, Türkiye'nin online ticaret sektöründe önemli bir gelişme kaydettiği anlamına gelmektedir.

2022 yılına geldiğimizde, Türkiye'nin Dünya genelindeki payı %1,9 olmasına rağmen, online ticaret hacmindeki büyüme %32,6'lık bir düşüş göstermiştir. Bu durum, Türkiye'nin online ticaret sektöründe 2022 yılında beklenenden daha yavaş bir büyüme kaydettiği anlamına gelmektedir.

Türkiye'nin online ticaret hacmindeki bu büyüme eğilimi, pandemi dönemiyle birlikte tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönelmesi, Türkiye'deki artan internet kullanım oranı, mobil cihaz kullanımındaki artış ve e-ticaret platformlarının yaygınlaşması gibi faktörlere dayanmaktadır. Ancak, Türkiye'nin online ticaret sektöründeki yavaşlama, pandeminin etkisiyle birlikte online ticaret hacminde yaşanan genel yavaşlamadan kaynaklanabilir.

Tablo-3'e baktığımızda, Türkiye'nin online ticaret sektöründeki büyüme oranı son yıllarda düşüş göstermiştir. 2015 yılına kıyasla, 2022 yılında Türkiye'nin online ticaret hacmindeki büyüme oranı düşmüştür. Ayrıca, Türkiye'nin Dünya genelindeki payı da artmış olsa da, büyüme oranındaki düşüş göz önüne alındığında, Türkiye'nin online ticaret sektöründeki büyüme potansiyeli sınırlıdır.

Türkiye'nin online ticaret sektöründeki bu yavaşlama, sektördeki rekabetin artması, müşteri memnuniyetinin düşük olması ve düzenlemelerin yetersizliği gibi faktörlere bağlı olabilir. Bu nedenle, Türkiye'nin online ticaret sektöründe gelecekteki büyüme potansiyelini artırmak için, sektördeki rekabetin azaltılması ve müşteri memnuniyetinin artırılması gerekebilir.

7. SONUÇ

Çalışmamızda, online ticaretin ve dijital dönüşümün finansman alanına olan etkilerini detaylı bir şekilde inceledik. Araştırmamızda, online ticaretin büyümesinin finansman alanında birçok etkiye yol açtığı ve finansman faaliyetlerinin dijitalleşmesinin kaçınılmaz olduğu sonucuna ulaştık.

Öncelikle, online ticaretin büyümesinin finansman alanında pek çok etkisi olduğunu ve bu etkiler arasında; online ticaret hacminin artması, mobil bankacılığın gelişip yaygınlaşması, e-fatura işlem hacmindeki artış, Elektronik Belge Yönetim Sistemi'nin gelişimi, dijital ödeme işlemlerinin artması, e-imzanın yaygınlaşması, dijital bankacılıktaki gelişme, kredi kartı kullanımının artması, Bulut Tabanlı Yazılımlardaki ilerlemeler, Yapay Zekanın günlük hayata hızla ve gelişerek girmesi, Makine Öğrenimi, Robotik Süreç Otomasyonu ve Blockchain teknolojisi gibi teknolojilerdeki gelişmelerin olduğu belirlendi.

Sayılan tüm faktörlerdeki gelişmeler, finans sektörünü oldukça etkilemiş ve bu faktörlerin etki sonucunda; finansal kurumların müşterilerine daha iyi hizmet sunabilmelerini sağladıklarını gözlemledik. Dijital dönüşümde, finans sektörüne etkilerinde sayılan

tüm faktörlerin fonksiyonu olsa da çalışmamızda; daha çok, online ticaret hacmindeki büyümenin etkisi üzerinde çalıştık.

Dijital dönüşüm, teknolojik gelişmelerin finans sektörüne yansımalarıyla birlikte önemli bir konu haline gelmiştir. Bu süreçte online ticaret hacmi, finans sektörünün dijital dönüşümünde etkili bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

2015 yılında online ticaret hacmi 24,6 milyar TL iken, 2022 yılında 700 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu veriler, 7 yıllık süreçte online ticaret hacminin yaklaşık 28 kat arttığını göstermektedir. Bu artış, finans sektöründeki dijital dönüşümün bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca, döviz kuru da 2015 yılında 2,9553 iken 2022 yılında 18,8115'e yükselmiştir. Bu veriler, Türk lirasının değer kaybetmesine rağmen online ticaret hacminin hızla artmasıyla birlikte, finans sektöründeki dijital dönüşümün etkisinin gözlemlenebileceğini göstermektedir.

2015 yılında online ticaret hacmi 24,6 milyar TL iken, 2022 yılında 700 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu veriler, 7 yıllık süreçte online ticaret hacminin yaklaşık 28 kat arttığını göstermektedir. Bu, yaklaşık %2,745'lik bir artışa işaret etmektedir. Dolar cinsinden online ticaret hacmi ise 2015 yılında 8.33 milyar \$ iken, 2022 yılında 37.183 milyar \$'a yükselmiştir. Bu, yaklaşık %346'lık bir artışa işaret etmektedir.

Bu artış, finans sektöründeki dijital dönüşümün bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. 2015 yılına göre online ticaret hacmindeki bu artış, finans sektöründe önemli değişimlere sebep olmuştur. Özellikle, finans sektöründe dijital kanalların kullanımının artması, bankacılık işlemlerinin dijital ortama taşınması, finansal danışmanlık hizmetlerinin dijitalleşmesi gibi başlıklar altında değerlendirilebilir. Bu dönüşüm, finans sektöründe işlem yapmak isteyen kişilerin online platformları kullanarak hızlı, kolay ve güvenli bir şekilde işlem yapabilmelerine imkân sağlamıştır.

2015 yılından 2022 yılına kadar olan 7 yıllık süre zarfında online ticaret hacmi, Türk lirası cinsinden 28 kat, Amerikan doları cinsinden ise yaklaşık 4.5 kat artışının finans sektörüne birçok farklı etkisi vardır. Öncelikle, artan online ticaret hacmi, bankalar ve finansal kuruluşlar için yeni fırsatlar yaratmıştır. Bu kuruluşlar, online ödeme sistemleri, kredi kartları, sanal cüzdanlar ve diğer dijital ürünler aracılığıyla müşterilerine daha hızlı, güvenli ve kolay ödeme seçenekleri sunabilmektedirler. Ayrıca, online ticaretin artması, finans sektöründeki faaliyetlerin dijitalleşmesine de yol açmıştır. Bu sayede, bankalar ve finansal kuruluşlar, daha verimli ve hızlı bir şekilde hizmet vermek için teknolojik yeniliklere yatırım yapmaya başlamışlardır.

Bununla birlikte, 2022 yılı verilerinin 2015 yılı ile karşılaştırılması, Türk lirasının değer kaybetmesine rağmen online ticaret hacminin hızla artmasıyla birlikte finans sektöründeki dijital dönüşümün etkisini göstermektedir. Bu artış, sadece online platformların

yaygınlaşması ile değil, aynı zamanda finans sektöründeki dijitalleşme sayesinde gerçekleşmiştir.

2015 ve 2022 yılları arasındaki bu büyük artışın nedeni, internet kullanımının hızla yaygınlaşması ve çevrimiçi alışverişin giderek daha fazla tercih edilmesidir. Özellikle COVID-19 pandemisi nedeniyle, birçok insan evde kalmak zorunda kaldığından çevrimiçi alışveriş yapmayı tercih etmiştir. Ayrıca, bankaların ve ödeme sistemlerinin çevrimiçi alışverişleri kolaylaştıran teknolojiler geliştirmesi de bu artışta etkili olmuştur.

Bu veriler, Türkiye'deki çevrimiçi alışveriş sektörünün hızla büyüdüğünü göstermektedir. Özellikle Türk Lirası cinsinden online ticaret hacminin %2,745'lik büyümesi, Türkiye ekonomisinin güçlü bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Ancak, Dolar cinsinden online ticaret hacmindeki %346'lık büyümenin nedeni, Türk Lirası'nın Dolar karşısında değer kaybetmesiyle ilgilidir. Bu nedenle, Türk Lirası cinsinden büyüme oranı, Dolar cinsinden büyüme oranından daha önemli bir gösterge olarak kabul edilebilir.

Özellikle, 2022 yılında gerçekleşen büyük online ticaret hacmi artışı, finans sektörü için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu artış, bankaların ve finansal kuruluşların müşterilerine daha fazla dijital ürün ve hizmet sunabilmesine imkân tanımaktadır. Ayrıca, online ticaret hacmindeki artış, finans sektöründe dijitalleşme ve yenilikler için bir itici güç oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, online ticaret hacminin artması, finans sektöründe bazı zorlukları da beraberinde getirmiştir. Özellikle, artan dolandırıcılık ve güvenlik sorunları, bankalar ve finansal kuruluşlar için büyük bir risk oluşturmaktadır. Bu nedenle, bu kuruluşlar, müşterilerinin güvenliği için yeni güvenlik önlemleri ve teknolojiler geliştirmelidirler.

Günümüzün giderek dijitalleşen dünyasında, online ticaret hacminin büyümesiyle birlikte finans sektöründe de önemli değişiklikler yaşanmaktadır. Bu dijital dönüşümün finans sektörüne olan etkileri, gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir konudur. Bu nedenle, bu alanda yapılacak önerilerin ciddiye alınması gerekmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalar için şu önerilerde bulunulabilir:

- Türkiye'deki online ticaret hacminin artışını sürdürmesi için perakende sektörünün dijital dönüşümüne hız verilmesi gerekmektedir.
- Türkiye'deki online ticaret hacminin artışını sürdürmesi için perakende sektörünün dijital dönüşümüne hız verilmesi, tüketicilerin online ticaret yapmaya olan güveninin artırılması ve farkındalık artırıcı kampanyalar düzenlenmesi önerilebilir.
- Online ticaretle ilgili bilinçlendirici kampanyalar düzenlemek, tüketicilerin online ticarete olan güvenlerini artırarak online ticaretin yaygınlaşmasına yardımcı olabilir.
- Gelecekte yapılacak çalışmaların odak noktasında, online ticaretin tüketiciler tarafından daha yaygın bir şekilde benimsenmesi, online perakendecilerin

hizmet kalitesinin artırılması, tüketicilerin online ticaret konusundaki güvenlerinin artırılması ve perakende sektörünün dijital dönüşümü yer alması önerilebilir.

- Online perakendecilerin müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemeleri, tüketicilerin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun ürün ve hizmetler sunmaları gerekmektedir.
- Tüketicilerin güvenliği konusunda da önlemler alınması gerekir. Özellikle online ödeme sistemlerinin güvenliği konusunda tüketicilerin bilgilendirilmesi ve bu konuda daha fazla önlem alınması, online ticaret hacminin artışını destekleyecektir.

Dijital dönüşümün finans sektörüne olan etkilerinin daha iyi anlaşılabilmesi ve gelecekteki çalışmalara yönelik öneriler geliştirebilmek için, mobil bankacılık, e-fatura işlemleri, Elektronik Belge Yönetim Sistemi, dijital ödeme işlemleri, e-imza, dijital bankacılık, kredi kartı kullanımı, Bulut Tabanlı Yazılımlar, Yapay Zekâ, Makine Öğrenimi, Robotik Süreç Otomasyonu ve Blockchain teknolojisi gibi teknolojilerin de etkileri ayrı ayrı incelenmelidir.

Dijital dönüşümün finans sektörüne etkisi gün geçtikçe artmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, bu teknolojik gelişmelerin dikkate alınması önerilmektedir.

Bu öneriler, finans sektöründeki dijital dönüşümün gelecekteki yönünü belirleyebilir. Mobil bankacılık, e-fatura işlem hacmindeki artış ve dijital ödeme işlemlerinin yaygınlaşması gibi gelişmeler, finans sektöründe daha hızlı ve güvenli işlem yapılmasını sağlayarak müşteri memnuniyetini artırabilir. Elektronik Belge Yönetim Sistemi gibi teknolojiler, finans sektöründe belge işlemlerinin daha hızlı ve verimli yapılmasını sağlayabilir.

Yapay Zekâ, Makine Öğrenimi, Robotik Süreç Otomasyonu ve Blockchain teknolojisi gibi gelişmeler ise finans sektöründe otomatik işlemlerin artırılması, verilerin daha etkin kullanımı ve güvenliğin artırılması gibi alanlarda kullanılabilir. Ancak bu teknolojilerin finans sektöründe kullanımı aynı zamanda bazı riskler de beraberinde getirebilir.

Finans sektöründe dijital dönüşümün etkileri konusunda gelecekte yapılacak çalışmalarda, belirtilen teknolojik gelişmelerin etkisi dikkate alınmalıdır. Bu gelişmelerin finans sektörüne etkileri ve riskleri ayrıntılı bir şekilde incelenerek, finansal kurumların daha rekabetçi olmalarına, müşteri memnuniyetini artırmalarına ve finansal işlemleri daha hızlı, verimli ve güvenli hâle getirmelerine imkân sağlanabilir.

Finansal kuruluşların iş modellerinde değişiklik yapmaları, finansal ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesi, finansal teknolojilerin kullanımı ve müşteri deneyimindeki iyileştirmeler, finans sektöründe birçok yenilik ve değişiklikler arasında yer almaktadır. Bu nedenle, gelecekteki çalışmaların bu alanlara

yoğunlaşması ve bu alanlarda yeni araştırmalar yapılması önerilebilir.

Bununla birlikte, online ticaret hacminin büyümesi ve dijital dönüşümün finans sektörü üzerindeki etkileri, finansal kuruluşlar için önemli fırsatlar da sunmaktadır. Özellikle, finansal kuruluşlar bu trendlere ayak uydurabilmek için teknolojik altyapılarını güçlendirmeli, müşteri deneyimlerini iyileştirmeli ve finansal ürünlerini ve hizmetlerini dijitalleştirmelidir.

Ayrıca, online ticaret hacminin büyümesi ve dijital dönüşümün finans sektörü üzerindeki etkileri konusunda yapılan araştırmaların, finansal kurumların yeniliklerini ve değişimlerini yönetmelerine yardımcı olacak stratejileri de içermesi gerekmektedir. Bu stratejiler, finansal kurumların iş modellerini yeniden düşünmelerine ve rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olabilir.

Sonuç olarak, online ticaret hacminin büyümesi ve dijital dönüşümün finans sektörü üzerindeki etkileri konusu, finans sektöründe büyük bir ilgi ve önem taşımaktadır. Bu konuda yapılacak daha kapsamlı araştırmaların, finansal kurumların yeniliklerini yönetmelerine ve müşteri deneyimlerini iyileştirmelerine yardımcı olacağına inanılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2021). "Financial technology: Current debates and future research directions." *Journal of Economic Perspectives*, 35(1), 51-72.
- Akan, Y., & Topal, S. (2018). "İmalat sanayi ürünlerinin dış ticaret hadlerinin gelişimi." *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 575-598.
- Akçacı, T., & Kurt, F. B. (2020). "Online süpermarket alışverişinde tüketici güven faktörü." *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 414-433.
- Al-Ma'aitah, A., Alnsour, Y., Algharabat, R., & Al-Shawakfa, E. (2020). "The impact of digital transformation on the banking sector: Evidence from Jordanian banks." *Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 58-66.
- Ateşgöz, K., & Ulukan, C. (2023). "Attitudes of Y and Z generations towards online shopping." *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 20-49.
- Aydemir, C., & Zeren, F. (2022). "İslami finansın ekonomik büyüme ve dış ticaret üzerine etkisi: Seçilmiş İslam ekonomileri üzerine bir uygulama." *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 52-70.
- Bao, Y., Duan, L., & Yu, Y. (2020). "The impact of digital transformation on business performance: An empirical study in China." *Journal of Business Research*, 117, 1-11.
- Bil, E., & Mutlu Yıldırım, F. (2021). "Finans ve pazarlama perspektifinden dijital dönüşüm etkinliği ölçümü: MOORA yöntemi uygulaması." *Akademik Hassasiyetler*, 8(16), 457-472.
- Brynjolfsson, E., Geva, T., & Reichman, S. (2018). "Digital technology and the variation in design of products and services: An empirical investigation." *Management Science*, 64(1), 21-39.
- Bughin, J., Catlin, T., Hirt, M., & Willmott, P. (2018). "Why digital strategies fail." *McKinsey Quarterly*, 1(1), 14-25. <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/why-digital-strategies-fail>
- Çütçü, İ. (2021). "Pandemi sonrası dünya ve Türkiye'de dış ticaret." *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 5(12), 1-21.
- eCommerce Foundation. (2020). *Turkey E-commerce Report 2020*. Retrieved from https://www.ecommercewiki.org/files/Turkey_E-commerce_Report_2020.pdf
- eMarketer. (2021). *Global Ecommerce 2021*. Retrieved from <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2021>
- Ersoy, A. Y., Durmuşkaya, S., & İbrahimli, A. (2017). "Azerbaycan-Türkiye dış ticaret ilişkilerinin ekonometrik analizi." *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(2), 181-197.
- Ghazawneh, A., & Henjewe, C. (2018). "The impact of digital transformation on financial performance and efficiency: Evidence from emerging market banks." *International Journal of Information Management*, 39, 76-91.
- Güldüren, B., & Öztop, S. (2020). "Dış ticaret işlemlerinde bilişim sistemlerinin önemi." *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(Ek sayı), 169-184.
- Güleş, A. (2020). "Dijital dönüşüm ve online ticaretin finansman yönetimine etkileri." *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 57-65.
- Huang, Z., Benyoucef, M., & Lasserre, P. (2017). "An analytical model of online shopping convenience." *International Journal of Information Management*, 37(2), 101-110.
- Huang, Z., Benyoucef, M., & Lasserre, P. (2017). "Online trading: A strategic analysis of the implications for consumer-oriented companies." *International Journal of Production Economics*, 193, 211-221.
- Huang, Z., Benyoucef, M., & Lasserre, P. (2017). "The effect of e-commerce on international trade: A meta-analysis." *Electronic Commerce Research and Applications*, 26, 92-109.
- Interpress. (2017, February 14). "Türkiye'de online ticaret 2016'da yüzde 24.9 arttı." Retrieved from <https://www.interpress.com/tr/bulten/turkiyede-online-alisveris-2016da-yuzde-249-artti>
- Klein, M. (2020). "İşletmelerde dijital dönüşüm ve etmenleri." *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 24-35.
- Körpe, E. (2021). "Dijital dönüşüm ile yeni finans çağı ve gelecek yaklaşımları." *Uluslararası Bankacılık Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 108-131..
- Kshetri, N. (2018). "Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives." *International Journal of Information Management*, 39, 80-89.
- Lee, M., & Turban, E. (2021). "Global e-commerce: Challenges and opportunities." *Journal of International Management*, 27(1), 100807.
- Lefebvre, L. A., & Lefebvre, E. (2013). "The digital transformation of financial services." *Strategy & Leadership*, 41(1), 3-8.
- Lefebvre, L. A., & Lefebvre, E. (2013). "The impact of digital transformation on the financial services

- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). "İnternet Üzerinden Yapılan Satışlar, 2021." Retrieved from <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Internet-Uzerinden-Yapilan-Satislar-2021-37140>
- Türkoğlu, M. & Konaç, İ. (2020). "Dış Ticaret ve Cari İşlemler Dengesi Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerinde Etkili midir? 1984-2016 Dönemine Ait Bir Regresyon Analizi Uygulaması." *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11 (28), 637-654.
- UNCTAD. (2019). *UNCTAD B2C E-commerce Index 2019: Advancing E-commerce and Development Amidst Global Economic Uncertainty*. United Nations.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2020). *E-Commerce and Development Report 2020*.
- Verdict. (2018, February 7). "Global online retail sales reached \$2.3tn in 2017." Retrieved from <https://www.verdict.co.uk/global-online-retail-sales-reached-2-3tn-2017/>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). "The Nine Elements of Digital Transformation." *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-14.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.
- World Bank. (2021). "E-commerce development report 2021: Unlocking the potential of E-commerce for development." Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/35513>
- WorldEF. (2021, January 21). "Türkiye'nin 2020 E-Ticaret Verileri Açıklandı: E-Ticaret Hacmi 226,2 Milyar Lira Oldu [Turkey's 2020 E-commerce Data Announced: E-commerce Volume was 226.2 billion Liras]." Retrieved from <https://worlddef.net/e-ticaret/turkiyenin-2020-e-ticaret-verileri-aciklandi-e-ticaret-hacmi-2262-milyar-lira-oldu/>
- Yaman Songur, D. (2023). "İnternet Penetrasyonu, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkileri: BRICS-T Ülkeleri Üzerine Bir Araştırma [Causality Relationships between Internet Penetration, Foreign Direct Investment, Foreign Trade, and Economic Growth: A Research on BRICS-T Countries]." *Sosyoekonomi*, 31(55), 439-458.
- Yeniçeri, T., & Şenel, Ö. (2021). "Tüketicilerin Online Karar Verme Tarzlarının Sosyo-Demografik Özellikleri Bakımından İncelenmesi [An Examination of Consumers' Online Decision-Making Styles in Terms of Socio-demographic Characteristics]." *Journal of Internet Applications and Management*, 12(1), 5-23.
- Yüksel, İ. (2021). "Dijital Dönüşüm Sürecinde Finansman Yönetimi: Online Ticaret Örneği [Finance Management in the Digital Transformation Process: An Example of Online Commerce]." *Ege Akademik Bakış*, 21(1), 15-26.

yenifikir

Uluslararası Akademik Fikir Araştırma Dergisi
International Journal of Academic Research and Ideas

Cilt / Volume: 15

Sayı / Issue: 30

Öznur BOZKURT

Prof. Dr.

Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi

oznurbozkurt@duzce.edu.tr



**Yeşil İşlerde Çalışan Mavi Yakalı
İşgörenlerin Sürdürülebilirlik
Farkındalıklarının İncelenmesi**

*Investigation of Sustainability
Awareness of Blue Collar Employees
Working in Green Jobs*

Makale Kategorisi (Araştırma Makalesi / Research Article)

Geliş Tarihi / The Date of Received: 03.06.2023

Kabul Tarihi / The Date of Accepted: 03.07.2023

Yayın Tarihi / The Date of Published: 28.07.2023

Atıf / Citation

Bozkurt Ö. (2023). Yeşil İşlerde Çalışan Mavi Yakalı İşgörenlerin Sürdürülebilirlik Farkındalıklarının İncelenmesi, Yeni Fikir Dergisi, 15 (30), 24-38

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1309232

Bozkurt Ö. (2023). Investigation of Sustainability Awareness of Blue Collar Employees Working in Green Jobs, The Journal of Yeni Fikir, 15 (30), 24-38

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1309232

Bu makalede intihal programıyla benzerlik raporu alınmıştır.
In this article, a similarity report with the plagiarism program was received.

Yeşil İşlerde Çalışan Mavi Yakalı İşgörenlerin Sürdürülebilirlik Farkındalıklarının İncelenmesi

Öz

Bu araştırma, sürdürülebilirlik faaliyetlerinin temelini oluşturan farkındalıkla ilgili olarak yapılmıştır. Sürdürülebilirlik farkındalığını bireysel düzeyde ele alan bu çalışma, yeşil işlerde çalışan mavi yakalı çalışanların konu ile ilgili farkındalıklarını değerlendirmek üzere yapılmıştır. Yeşil işlerden biri olan ve geri dönüşüm süreçlerini etkin kullanarak atık malzemenin üretime yeniden katılmasını sağlayan işletmelerin mavi yakalı olarak tabir edilen, üretim işçileri araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Nicel veriye dayalı olarak yapılan çalışmada yüz yüze uygulanan ölçek ile toplanan veriler SPSS24 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda örneklem içinde yer alan katılımcıların sürdürülebilirlik farkındalıklarına yönelik genel algılarının orta derecede olduğu görülmüştür. Sürdürülebilirlik farkındalığının incelendiği üç alt boyuttan en düşük eğilim davranış boyutunda ortaya çıkmıştır. Bilgi boyutu ise en yüksek eğilime sahip değişken olmuştur. Sürdürülebilirlik farkındalığının diğer alt boyutu olan çevresel farkındalık ise orta dereceli bir eğilimin olduğu değişkendir. Araştırmaya katılanların gelirine, eğitim seviyesine, medeni durumuna, çocuk sahibi olma durumuna ve yaşına göre de sürdürülebilirlik farkındalıkları farklılık göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, araştırmaya katılanların sürdürülebilirlik ile ilgili orta dereceli bilgi ve farkındalıkları bulunmakla birlikte, bunun davranışa yansımada düşük bir eğilim söz konusudur.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilirlik farkındalığı, Bilgi, Davranış, Çevresel farkındalık, Sürdürülebilirlik farkındalığı ölçeği

Investigation of Sustainability Awareness of Blue Collar Employees Working in Green Jobs

Abstract

This research was carried out in relation to the awareness that forms the basis of sustainability activities.. This study, which deals with sustainability awareness at an individual level, was conducted to evaluate the awareness of blue-collar employees working in green jobs. The sample of the research consists of production workers, which are called blue-collar workers. These employees work in enterprises that are one of the green jobs and where recycling works are carried out. These enterprises ensure that the waste material is included in the re-production by using the recycling processes effectively In the research based on quantitative data, the data collected with the face-to-face scale were analyzed with the SPSS24 program. As a result of the research, it was seen that the general perceptions of the participants towards sustainability awareness were moderate. The lowest tendency among the three sub-dimensions of sustainability awareness was found in the behavior dimension. The knowledge dimension was the variable with the highest tendency. Environmental awareness, which is the other sub-dimension of sustainability awareness, is a variable with a moderate tendency. Sustainability awareness differs according to the income, education level, marital status, having a child and age of the participants. When evaluated in general, the participants of the study have moderate knowledge and awareness about sustainability, but there is a low tendency to reflect this on behavior.

Keywords: Sustainability awareness, Knowledge, Behavior, Environmental awareness, Sustainability awareness scale

1 GİRİŞ

Sürdürülebilirlik kavramı dünya genelinde son 20 yılda yaygınlaşmaya başlamıştır. Sanayi işletmeleri çeşitli yönetmeliklerle sürdürülebilirlik faaliyetlerine odaklanmakta ve bu faaliyetlerinin sonuçlarını sürdürülebilirlik raporları ile yayınlamaktadır. Bu durum ise sürdürülebilirliğe yönelik bir farkındalığın olduğunu göstermektedir. Bu farkındalığın toplumda ve bireyde de oluşturulmasına yönelik ihtiyaç bulunmaktadır (Garbie, 2014: 4876-4881). Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesi sadece sanayi kuruluşlarının çabası ve farkındalığı ile değil, toplumun tüm kesiminin katkısı ile gerçekleştirilebilecek bir olgudur (Garbie, 2015: 65-67). Sürdürülebilirliğin ne olduğu ve nasıl sağlanacağı ile ilgili tüm bireylerin katılımının sağlanması sürdürülebilirlik faaliyetlerinin başarısı için oldukça önemlidir.

Dünya genelinde artan nüfus ve bu nüfusun ihtiyaçlarının karşılanması için yeni kaynaklara ihtiyacın artması ekosistemin sürdürülebilirliğini tehlikeye sokma potansiyeline sahiptir. Bu sebeple sürdürülebilirlik farkındalığının oluşturulmasına ihtiyaç vardır (Vlek ve Steg, 2007). Sürdürülebilirlik farkındalığının ve tutumunun davranışına dönüştürülmesi noktasında konu hakkında bilgi sahibi olmanın etkisi büyüktür. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde bilgi yetersizliği nedeni ile sürdürülebilirlik farkındalığının ortaya çıkması güç olmaktadır (Nagpal ve Sharma, 2019: 75). Yapılan birçok çalışma sürdürülebilirlik farkındalığının her geçen yıl artmakta olduğunu göstermekle birlikte bu farkındalığın eyleme dönüşmesinde hala sorun olduğu göstermektedir (Msengi vd., 2019).

Gelişmekte olan ekonomilerden biri olan Türkiye açısından sürdürülebilirlikle ilgili atılacak adımlar oldukça önemlidir. İklim değişikliğinin de etkisi ile bazı doğal kaynakların yok olması ya da etkinliğinin azalması, bu kaynakların bilinçsizce kullanılması bununda ötesinde anlık ihtiyaçlar odağında düşünerek geleceğin yok edilmesi ve de üretim-tüketim davranışlarındaki bilinçsiz yaklaşımlar sürdürülebilirlik konusunu gündeme getiren bazı etkenler olarak sayılabilir. Sürdürülebilirlik çalışmalarının ön şartı ise bu konudaki farkındalıktır. Toplumun tüm kesimine çeşitli sorumluluklar yükleyen sürdürülebilirlik farkındalığı bu çalışmada yeşil işlerde çalışanlar bağlamında ele alınmıştır. Üretim faaliyetlerinin temeli sürdürülebilirlik olan işlerde çalışanların konu hakkındaki farkındalıkların belirlenmesi amaç edinilmiştir.

2 KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Sürdürülebilirlik

Kavram olarak sürdürülebilirlik, şuan mevcut olan durumun korunması ve devamlılığının sağlanması olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilirliğin odağında ise insan davranışları vardır (Akgül, 2010: 134). Sürdürülebilirlik, bireylerin dayanışma içinde olduğu ve

bu dayanışma ile toplumsal ve ekonomik sorunlara çözüm aradığı bir düşünce tarzıdır (Ozmehmet, 2008: 3). Bu kavram bireye ekonomik, sosyal ve çevresel alanlarda sorumluluk yükleyen ve sonraki nesilleri düşünerek karar almayı gerektiren bir olgudur (Jones vd., 2008: 125). Sürdürülebilirlik şuan sahip olunan kaynakların gelecekte de var olmasını sağlama çabasıdır. Günün gerektirdiği ihtiyaçların karşılanmasından ödün vermeden ve geleceğin kaynaklarını da bugünün ihtiyaçları için heba etmeden, ikisi arasında denge kurmaktır. Sürdürülebilirlik ile ilgili literatür de bu kavram ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır.

Ekonomik sürdürülebilirlik, ekonomik açıdan sürdürülebilirlik, sürdürülebilir ekonomik büyüme için temel bir unsur olan doğal sermayenin korunmasını içerir. Ekonomik sürdürülebilirliğin odak noktası, ekonomik sistem içinde bozulan ve tüketilen doğal sermayenin korunması için çevre koruma politikalarının geliştirilmesi, verimsiz kaynak kullanımının önlenmesi, kirliliğin ortadan kaldırılması ve teknolojik yeniliklerden yararlanan bir ekonomi oluşturulmasıdır (Msengi vd, 2019). Sürdürülebilirliğin ekonomik yönü, mevcut tüketim ihtiyaçlarını karşılarken, gelecekte ortaya çıkacak ihtiyaçlardan ödün vermeden bir üretim sistemi kurmaktır. İnsanlık için en iyi olan ekonomik büyümeyi hedefe koymak ve de bu ekonomik büyümenin sürdürülebilirliğini sağlamak ana hedeftir (Basiago,1998). Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik edilmesi, ekonomik faaliyetler ile doğal çevre arasında bir dengenin kurulması, kaynak verimliliğinin sağlanması ve en önemlisi de ekonomik sistemin dönüşümünün çevreci bir yaklaşım ile ele alınması sayesinde ekonomik anlamda bir sürdürülebilirlikten bahsedilebilir. Bu kapsamda hem üretim yapan işletmelerin hem toplumun tüm kesiminin hem de devletin ortak akıl ile hareket etmesinin sağlanması gerekmektedir. Tüketim alışkanlıklarının değişimi kadar üretim faaliyetlerinin değişimi için yeni iş modellerinin devreye alınması gerekmektedir. Tüm bu dönüşümde ise devletin teşvik edici politikalar geliştirmesi itici bir güç olacaktır. *Sosyal sürdürülebilirlik*, insanlık için yaşam standartlarının iyileştirilmesi yolu ile sosyal, kültürel ve diğer temel ihtiyaçların karşılanmasından tatmin sağlamış bir toplum oluşturmayı sağlamaktır. Sosyal sürdürülebilirlik, ayrımcılık yapmadan toplumun tüm kesiminin hizmetlerden yararlanmasının sağlanması, güvenli yaşam alanlarının oluşturulması, iş güvenliğinin sağlanması, ekonomik refahın artırılması, insan hakları çalışmalarının tüm bireyler için eşitlikçi olarak uygulanması gibi temel konulara odaklanmaktadır. Sosyal sürdürülebilirliğin dayandığı ilke sürdürülebilir kalkınma sağlamaktır ve bunun için de bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden sağlayan bir kalkınma sağlamaktır (Herremans ve Reid, 2002). Sosyal sürdürülebilirlik, sosyal ve kültürel gelenekleri sürdürmek, yaşanabilir bir dünya oluşturmak ve bu dünyanın sağladığı avantajlardan tüm insanlığı eşit

şekilde faydalandırılmaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik, gelirlerin adil dağılımı, istihdamda eşitlik, demokrasi, insan hakları gibi konulara odaklanmaktadır (Valence vd., 2011). Eğitim, temel alt yapı, adalet, özgürlük, yetersiz beslenme, barınma ve sağlık sorunları gibi konular sosyal sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli faktörlerdir (Bramley ve Power, 2009). Çevresel sürdürülebilirlik, ekolojik sistemin işleyiş yapısını bozmadan kaynakları kullanmak ve sonra ki nesillere bu kaynakları verimli bir şekilde aktarmaktır (Tıraş, 2012: 61). Doğal çevrenin dengesini bozmaktan uzak durmak ile insan ihtiyaçlarını karşılamak arasında denge kurmak olan (Morelli, 2011: 5) çevresel sürdürülebilirlik, atıkların çevreye zarar vermesinin önlenmesi, yenilenebilir kaynaklara yönelme, temiz çevre için çaba harcama faaliyetlerini içerir (Kaypak, 2011: 26). Çevresel sürdürülebilirlik üretim ve tüketim faaliyetlerinin çevresel etkilerinin dikkate alınmasını ve çevrenin sunduğu kaynakların etkinliğinin sağlanmasını esas almaktadır. Kullanılan enerji kaynağından çevrenin atıklar ile kirletilmemesine kadar uzanan geniş kapsamlı bir kavram olan çevresel sürdürülebilirlik çalışmaları özellikle iklim değişikliğinin etkilerinin her geçen yıl daha da fazla hissedilmesi ile çok daha fazla önemiyet gösterilen bir konu haline gelmiştir.

2.2 Sürdürülebilirlik Farkındalığı

Farkındalık, olaylar hakkında bilgi edinmek için teşvik edici bir güçtür. Çevresel farkındalık, çevre sorunlarını çözmek için çaba harcamaya yönelik kişisel eğilimdir. Sürdürülebilirlik farkındalığı da, kullanılan kaynakların sadece bugün için değil gelecek içinde etkinliğinin sağlanmasının gerektiğinin farkında olmaktır (Awan ve Abbasi, 2013). Doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için yeryüzünün doğal kaynaklarının korunması ve etkin kullanılması gerekmektedir (Nadeem ve Hameed, 2008). Bu ise sürdürülebilirliğe yönelik farkındalık ile mümkün olabilecek bir durumdur. İnsanların değişen çevre koşullarına yönelik farkındalıkları ise değişkenlik gösterebilmektedir ve çevresel sorunların kaynağını da farklı yorumlanabilmektedir. Bu durumun sebebi olarak, bazı araştırmacılar konu hakkındaki yetersiz bilgiye vurgu yaparken, bazıları da yeterli biliş düzeyine sahip olmanın tek başına davranışa dönüşmede yeterli olmadığını ileri sürmektedir. Bazı araştırmacılar ise, çevresel farkındalık ve bilgi seviyesi düşük bireylerin bu durumu endişe verici olarak algılamamasının sürdürülebilirlik davranışını olumsuz etkilediğini ileri sürmektedir (Bulkeley, 2000). Sürdürülebilirlik farkındalığı, çevresel sorunlara yönelik farkındalık, bilgi ve davranış olarak üç boyutta incelenebilir (Awan ve Abbasi, 2013; Sunthonkanokpong ve Murphy, 2019; Madsen, 1996). Çevresel sorunlara yönelik davranışın oluşmasında ise farkındalık ve bilgi önemli rol oynamaktadır (Madsen, 1996). Çevresel olaylar karşısında bir davranış sergilenebilmesi için öncelikle konunun farkında olmak ve bu farkındalık ile davranışa geçmek gerekmektedir. Bu çalışmada da

sürdürülebilirlik farkındalığı literatür ile paralel olacak şekilde üç boyutta ele alınmıştır. Sürdürülebilirlik farkındalığını oluşturan bu üç boyut şu şekilde sıralanabilir, çevresel farkındalık, bilgi ve davranış.

Çevresel farkındalık, çevresel sorunların etkilerini bilerek hareket etme ve her davranışta çevreyi önceliğe almak demektir. Çevresel farkındalık, çevreye karşı duyarlı olma ve çevre için kaygı duyma durumudur. Çevre ile ilgili konuları ahlaki bir mesele olarak ele almaktır (Gadenne vd.,2009). Çevresel farkındalık bireylerin çevre sorunlarına karşı istekli olmasını ve çevreyi korumaya yönelik davranışları sürekli hale getirmesini kapsar. Çevrenin korunması ile konularda sadece bireysel olarak eyleme geçmek değil, diğerlerinin de eyleme geçmesini sağlamaktır (Çalışkan, 2002). Çevresel farkındalık, çevre sorunları ile ilgilenme ve bu konuda sorumluluk almaktır. Aynı zamanda kaynakların nasıl daha etkin kullanılacağı ile ilgili bilinç seviyesinin yükseltilmesidir. Çevresel konuların farkında olma ve sorunların çözümü için çaba harcamaya hazır olmaktır. Çevrenin kötüye kullanımının sonuçlarının neler olduğunun farkında olmak ve bu olumsuz sonuçları önlemek için yapılacaklar hakkında da ön görüde bulunmaktadır. *Bilgi*, çevresel farkındalık oluşturmada bilgi oldukça önemlidir. İnsanların iklim değişikliği, çevre sorunları ve bunların oluşturduğu tehlikelere karşı önlem alınması için konu hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Çevresel sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak sorumlu davranış geliştirmek için oldukça önemlidir (Athman ve Monroe, 2000). Yapılan araştırmalar, çevre hakkında artan bilginin tutum ve davranışları olumlu yönde desteklediğini ortaya koymuştur. Çevre hakkında artan bilgi sorunlara çözüm geliştirme ve onu sürdürmede etkili olmaktadır (Arcury, 1990). Çevre hakkında bilgi sahibi olmak ve bu konuda sorumluluk almak çevresel farkındalık sağlamada etkili olacaktır. Bilgiyi edinmek ve bu bilgiyi diğerleri ile paylaşmak çevresel farkındalığı artırmayı sağlayacaktır. Bireylerin sahip olduğu bilgi ile davranışa geçmesi ise bu konudaki en önemli belirleyici unsur olacaktır. Çevresel konular hakkındaki eylemlerin arkasında itici bir güç olarak bilgi durmaktadır. Hem eylemlerin sonuçlarının neler olacağını bilmek hem de olumsuz çevresel eylemlerin önlenmesi için konu hakkında bilgi sahibi olmak önemlidir. *Davranış*, sürdürülebilirlik ile ilgili harekete geçme olarak tanımlanan davranış boyutunda insanlar tüm eylemlerinin gelecekteki etkilerini de düşünmektedirler. Bugün sahip olunan refah seviyesini gelecek için korumaktır. İnsanlar arasında eşitliği ve adaleti sağlamak, yoksulluğu ortadan kaldırmak için çaba harcamak, iklim değişikliği ve çevre ile ilgili diğer tehdit oluşturan konularda önlem almak gibi hususlar davranış boyutu içinde yer almaktadır (Baena-Morales, vd., 2021). Sürdürülebilirliğin sağlanması için pozitif yönde destekleyici davranışlar gereklidir. Sürdürülebilirlik davranışı bu yöndeki bilincinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Çevre yanlısı davranışlar sürdürülebilirlik farkındalığının temelini de oluşturmaktadır (Olsson, 2014). Sürdürülebilirlik

farkındalığının ortaya çıkan ve görülen yüzü olarak da tanımlanabilen sürdürülebilirlik davranışı, bireylerin gerek iş yaşamında gerekse sosyal yaşamında çevreci bilinç ile hareket etmeleri ve davranışlarını bu yönde sergilemeleridir.

3 YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Yeşil iş, çevrenin korunmasına yardımcı olan, çevre dostu üretimi gerçekleştiren, doğal kaynakları koruyan, hammadde tüketimini en aza indiren ve atıkların geri dönüşümü ile ekonomiye kazandırılmasını sağlayan ve döngüsel ekonominin temelini oluşturan iştir (Sulich, ve Sołoducho-Pelc, 2022). Bu araştırmanın amacı, yeşil iş olarak tanımlanan işlerin yapıldığı sektörde çalışan, iş gücünün sürdürülebilirlik farkındalıklarını değerlendirmektir. Sürdürülebilirlik ile ilgili çalışmalar son yıllarda hızı artarak tüm sektörlerde yayılmaya başlamıştır ve yapılan sürdürülebilirlik temalı akademik çalışmalarda bu sektörlerde yer alan işletmelerin genel olarak sürdürülebilirlik adına yaptığı çalışmalara odaklanmıştır. Bireysel temelde sürdürülebilirlik davranışlarını ele alan çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bunun da ötesinde Türkiye’de bireysel temelde sürdürülebilirlik farkındalığının ölçülmesine yönelik ölçüm aracıda bulunmamaktadır. Bu sebeple çalışmanın bir diğer amacı da Türkiye’de sürdürülebilirlik farkındalığının bireysel olarak incelenmesinde kullanılacak bir ölçüm aracının ortaya konulmasıdır.

Bu çalışmada sürdürülebilirlik farkındalığı üç alt boyutta ele alınıp değerlendirilmiştir. Çalışanların sürdürülebilirlik ile ilgili bilgi düzeyleri, davranışları ve çevresel farkındalıkları bu üç boyutu oluşturmaktadır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Düzce ilinde geri dönüşüm alanında faaliyet gösteren ve büyük işletme statüsüne sahip toplam 5 Anonim Şirketin mavi yakalı çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemde bu beş işletmeden biri faaliyetine ara vermiş durumda bulunmaktadır. Diğer dört işletmeden de iki tanesi araştırma yapılmasına izin vermemiştir. Bu sebeple araştırma ikisi de iplik geri dönüşüm işi yapan işletmenin toplam 1060 kişiden oluşan mavi yakalı çalışanları kapsamında yapılmıştır. Geri dönüştürülebilir malzemelerden halı ve kilim dokumasında kullanılabilir ipliklerin üretimi işini yapan ve Düzce/Gölyaka organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren işletmelerin tüm mavi yakalı çalışanları arasından, araştırmaya dahil olmayı gönüllü olarak kabul eden 295’i çalışmanın örneklemi oluşturmuştur. Geliştirilen ölçüm aracı ile yüz yüze toplanan 295 anketten 44 tanesi eksik ve hatalı doldurulmuş olduklarından analize dahil edilmemiştir. Toplam 251 adet anket ile analizler yapılmıştır.

3.3. Ölçüm Araçları

Araştırmada kullanılacak Türkçe sürdürülebilirlik farkındalığı ölçeği literatürde

bulunmadığından, öncelikle doğru bir ölçüm aracının oluşturulması süreci başlatılmıştır. İlgili literatür tarandığında bu konuda yapılmış çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Yabancı yazındaki bu çalışmalarda da ortak ve yaygın olarak kullanılan bir ölçüm aracı bulunmamaktadır. Salsabil vd. (2019), yaptığı çalışmada öğrencilerin sürdürülebilirlik farkındalıklarını evet ve hayır şeklinde iki seçenekten oluşan 15 ifadeli bir ölçek ile değerlendirmiştir. Bu ölçekte sürdürülebilirlik farkındalığı; sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik farkındalık, duygusal farkındalık, tutum ve davranış farkındalığı olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. En düşük eğilim sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik farkındalık ve en yüksek eğilim de, duygusal farkındalık boyutunda ortaya çıkmıştır. Sunthonkanokpong ve Murphy (2019)’ un yaptığı çalışmada sürdürülebilirlik farkındalığı üç boyutta ele alınmıştır. 17 ifade ile sürdürülebilirlik farkındalığının ölçüldüğü bu çalışmada; çevresel farkındalık, tutum ve davranış boyutlarından birbirine yakın ve en yüksek ortalamaya sahip değişkenler farkındalık ve tutum olmuştur. Çok mümkün, mümkün, pek mümkün değil ve asla mümkün değil şeklinde dört dereceli bir ölçek ile değerlendirilen sürdürülebilirlik farkındalığına ait ölçeğin güvenilirlik kat sayısı .886 dır. Awan ve Abbasi (2013) tarafından yapılan çalışmada sürdürülebilirlik farkındalığı bilgi, davranış ve çevresel farkındalık olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. Toplam 20 ifadeden oluşan ölçek, 5 tamamen katılıyorum ve 1 kesinlikle katılmıyorum şeklinde derecelendirilmiş beşli likert tarzında ölçektir. Bu ölçeğin güvenilirlik katsayısı,770 dir. Ölçekte en yüksek ortalamaya sahip değişken çevresel farkındalık olmuştur.

Bu çerçevede, hem araştırmacının ilgili ölçekleri incelemesi hem de ilgili literatürü incelemesi neticesinde oluşturduğu soru havuzundan uzman görüşlerinin alınması ve pilot çalışmanın yapılması sonrasında 27 ifadeden oluşan sürdürülebilirlik farkındalığı ölçeği oluşturulmuştur.

3.4. İşlem

Araştırmada ilgili ölçeğin oluşturulması için literatür taraması yapılmış ve sürdürülebilirlik farkındalığı değişkeni ile ilgili yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Bu incelemede hem sürdürülebilirlik farkındalığı kavramının kapsamı ve özellikleri hem de boyutları analiz edilmiştir. Ayrıca sürdürülebilirlik farkındalığının ölçümünde kullanılan sınırlı sayıdaki çalışmada yer alan ölçüm araçları da incelenmiştir. Bu çalışmada birebir bir ölçek çeviri çalışması veya uyarlama çalışması yapılmamıştır. Tüm bu çalışmaların değerlendirilmesinden sonra araştırmanın kapsamına en uygun olacak ölçeğin oluşturulması amaçlanmıştır. Araştırmacı tarafından öncelikle bir soru havuzu oluşturulmuştur. Ardından bu soru havuzu konunun uzmanı 3 akademisyen tarafından incelenmiştir. 32 sorudan oluşan bir soru formu oluşturulmuş ve ön test aşamasına geçilmiştir. Toplam 67 kişiden bu taslak ölçeğe yönelik alınan yanıtlar ve görüşler neticesinde

anlaşılmayan ve güvenilirliği düşük olan 5 soru ölçekten çıkarılmıştır. 27 sorudan oluşan ölçüm aracına son şekli verilmiş ve örnekleme uygulanmıştır. Örneklemeden toplanan verilerin analizinde öncelikle güvenilirlik testleri yapılmıştır. Bu aşamada yukarıda açıklandığı gibi 251 anket üzerinden analizler yapılmıştır. 27 ifadeden 2 tanesi ters kodlu sorudur. Bu ters kodlu sorular dahil toplam 4 soru güvenilirliği bozduğu için analizden çıkarılmıştır. İkinci aşamada keşfedici faktör analizi SPSS 24 aracılığı ile yapılmıştır. Bu aşamada faktör yükü %30 un altında olan 4 ifade daha ölçekten çıkarılmıştır. Toplam 19 ifadeden oluşan sürdürülebilirlik farkındalığı ölçeği, üç boyutlu bir yapıda ortaya çıkmıştır. Keşfedici faktör analizinden sonra AMOS programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi de yapılmıştır. Uyum değerleri düşük olan 6 ifade de bu analiz neticesinde ölçekten çıkarılmıştır ve sonuç itibarı ile 13 değişkenli ve üç boyutlu sürdürülebilirlik farkındalığı ölçeği ortaya çıkmıştır. Ölçeğin bu aşamadaki güvenilirlik kat sayısı, 721' dir. Aşağıda yapılan tüm analizlere ait bulgular yer almaktadır.

4 BULGULAR

Değişkenler	α
Atık miktarını azaltmak için, atılacak şeyleri başka şekilde kullanmanın yolunu ararım	,700
Evde, elektrik enerjisi tasarruf yaparım	,699
Evde, su kullanımında tasarruf yaparım	,703
Bir ürünü satın almadan önce çevreye zararlı şeyler içerip içermediğini kontrol ederim	,712
Daha pahalı olsalar bile çevre dostu ürünleri satın alırım	,715
Sera gazı salınımını önlemek için motorlu araç kullanımını azaltırım	,713
Ürün alırken enerji tasarrufu sağlayanları tercih ederim	,694
Kağıt kullandığımda, her iki yüzünü de kullanmayı tercih ederim	,694
Kâğıt, cam ve plastik gibi çöpleri ayrıştırıp geri dönüşümüne katkı sağlarım	,708
Çevre sorunlarıyla ilgili biri olduğumu düşünüyorum	,705
İnsanlar çevreyi ciddi şekilde kötüye kullanıyor	,698
Bireysel çabalarımız da çevre sorunlarının çözümünü etkileyebilir	,700
Dünyadaki kaynakları doğru kullanırsak, insanlık için yeterlidir	,701
Yiyecek artıklarını, farklı şekilde değerlendirmenin yollarını ararım	,692
Bir çöp bulana kadar elimdeki atıkları yanımda taşıırım	,691
Su kaynaklarının ciddi şekilde kirlendiğinin farkındayım	,701

Değişkenler	α
Aile üyelerime çevre hakkında bilgi veririm.	,708
Çevre sorunları hakkında çoğu insandan daha bilgili olduğumu düşünüyorum.	,702
Çevrenin insan yaşamı üzerindeki etkisine dair bilgi sahibiyim	,687
Çevrenin yaşam üzerindeki etkisini kitle iletişim araçlarından öğrendim	,694
Çevremdekilerin çevreci davranışları beni de o yönde davranmaya sevk eder	,691
Televizyonlar çevresel bilinç düzeyinin artmasında etkidir.	,702
Çevre ile ilgili etkinliklere katılıyorum	,718

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi

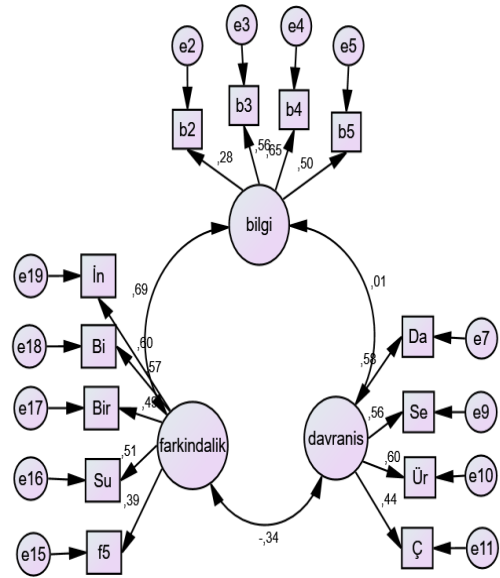
Tablo 1, ölçekte yer alan ifadelerle ilişkin güvenilirlik analizini göstermektedir. 27 ifadeden oluşan ölçeğe yönelik ilk aşamada güvenilirlik analizi yapılmıştır ve ölçeğin güvenilirliği ,689 olarak bulunmuştur. Hair vd.,(2006)'ya göre ölçeğin güvenilir olabilmesi için alpha değerinin ,70 ve üzerinde olması gerekmektedir. Ölçeği oluşturan değişkenlerin güvenilirlik değerleri incelendiğinde güvenilirliği bozan ve iki tanesi ters kodlu olan toplam 4 ifadenin analizden çıkarılması gerektiği görülmüştür (Ekonomik büyüme çevreyi korumaktan daha önemlidir*Çevre sorunları ile ilgili haberleri takip etmem*Ücretli olmasa da plastik poşet kullanmaktan kaçınırım Geri dönüştürülmüş malzemeden üretilen eşyaları kullanmayı tercih ederim). Bu dört ifade analizden çıkarıldıktan sonra güvenilirlik analizi tekrarlanmıştır ve ölçeğin bu aşamada güvenilirlik kat sayısı ,714 olarak ortaya çıkmıştır. Toplam 23 ifade ile faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizine ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir.

Eklere verilen tablo 2, ölçek ifadelerine ait keşfedici faktör analizini göstermektedir. Değişkenlere ilişkin yapılan faktör analizi yapmak için öncelikle veri setinin analize uygunluğuna ilişkin KMO ve Bartlett's testi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda veri setinin faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür (KMO>,500; sig ≤,050) Faktör analizi sonucunda faktör yükleri ,30' un altında olan 4 değişken veri setinden çıkarılmıştır. Faktör analizi sonucunda öz değeri 1 ve üstünde olan, toplam 19 ifadeden oluşan 3 boyut bir yapı ortaya çıkmıştır. Faktör yapısının belirlenmesinin ardından değişkenlerin güvenilirlik analizleri de yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda bilgi boyutunun ,711; çevresel farkındalık boyutunun ,719 ve davranış boyutunun da ,748 güvenilirlik değerine sahip olduğu görülmüştür. Faktör yapısının ve güvenilirlik değerlerinin belirlenmesinin ardından doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. AMOS programı ile yapılan doğrulayıcı faktör analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

Örtük Değişken	Gözlenen Değişken	Standardize Edilmiş Parametre Değeri	St. Hata	P
Bilgi	B2	0,276	0,070	***
	B3	0,558	0,068	***
	B4	0,652	0,070	***
	B5	0,498	0,078	***
Çevresel Farkındalık	F1	0,601	0,072	***
	F2	0,568	0,080	***
	F3	0,494	0,075	***
	F4	0,507	0,079	***
	F5	0,393	0,071	***
Davranış	D2	0,578	0,077	***
	D4	0,556	0,078	***
	D5	0,604	0,066	***
	D6	0,442	0,073	***

Tablo 3: Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 3' de görüldüğü üzere, araştırmadaki bilgi, çevresel farkındalık ve davranış örtük değişkenleri ile 19 adet gözlenen değişkeni içeren ölçüm aracının yapı geçerliliği testi AMOS 24 programı aracılığı ile tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Veriler normal dağılım gösterdiği için maximum likelihood hesaplama yöntemi kullanılmış ve sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. İstenilen uyum değerlerine ulaşabilmek için bilgi ölçeğinin B1 ifadesi, çevresel farkındalık ölçeğinin F6 ve F7 ifadeleri, davranış ölçeğinin D1, D3 ve D7 numaralı ifadeleri silinmiştir. Düzenleme sonucu ölçüm modellerinin uyum değerleri istenilen değerlerde olduğundan bilgi, çevresel farkındalık ve davranış ölçeklerinin tek faktörlü yapısı doğrulanmıştır. DFA sonuçlarına göre, modelde yer alan değerlerin 0,01 düzeyinde anlamlı sonuçlar verdiği tespit edilmiştir. DFA sonucundaki uyum indeks değerleri CMIN /df= 2,216, CMIN= 137,397, NFI= 0,738, CFI= 0,826, GFI= 0,840, RMSEA= 0,070 dir. Hair vd., (2014)'ün çalışmasında ifade ettiği üzere yukarıdaki sonuçlar değerlendirildiğinde araştırmada kullanılan ölçüm modeli verilerle gerekli uyumu sağlamakta ve "kabul edilebilir uyum" söz konusu olmaktadır. Yapısal eşit modeline ilişkin veri aşağıdaki şekil 1' de verilmiştir.



Şekil 1: Yapısal Eşitlik Modeli

Ekte yer alan tablo 4, faktör analizi sonucunda ortaya çıkan boyutları ve o boyutlara ait değişkenlere yönelik normallik testlerini göstermektedir. Bu test sonucunda veri setinin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin George ve Mallery (2010)'a göre -2 ile +2 arasında değer alması gerekmektedir. Bu kapsamda yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere veri seti bu koşulu sağlamaktadır.

Araştırmaya katılanların sürdürülebilirlik farkındalıklarına ait değişkenlere yönelik eğilimlerine bakıldığında ise, en düşük ortalama değere sahip boyut davranış boyutu (ort: 2,89), en yüksek ortalama değere sahip boyut çevresel farkındalık boyutudur (ort: 3,45). Bilgi boyutu ise 3,19 'lık bir ortalamaya sahiptir. Araştırmaya katılanların genel sürdürülebilirlik farkındalığı ise 3,17 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre beş dereceli bir ölçek ile değerlendirilen değişkenlerin aldığı ortalama değerler düşük olmamak ile birlikte çok da yüksek değildir. Araştırmaya katılanların sürdürülebilirlik farkındalıkları orta derecedir.

Katılımcıların farkındalığı diğer boyutlardan yüksek; ama buna karşın bu farkındalığı davranışa dökme eğilimleri ise düşüktür. Yeterince yüksek bilgiye de sahip olmadıkları görülmüştür. Buna göre orta dereceli bilgiye sahip olan katılımcılar sürdürülebilirlik konusunda yapılabilecekler hakkında bilgiye sahip olsalar da, bu farkındalığı ve bilgiyi eyleme dökmeye düşük bir eğilim sergilemektedirler. Bu noktada demografik özellikler, kişilik ve çevre şartları gibi pek çok faktör etkili olabilir. Aşağıda araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre sürdürülebilirlik farkındalıklarının farklılık gösterip göstermediği t-testi ve anova testi ile incelenmiştir. Ayrıca araştırmaya katılanlara karbon ayak izi kavramını duyup duymadıkları ve karbon ayak izini azaltmak için neler yapabileceklerini bilip bilmedikleri de sorulmuştur. Bu konudaki bulgular da aşağıda yer almaktadır.

Değişken	Karbon ayak izi kavramını duydum	Karbon ayak izimi azaltmanın yollarını biliyorum
Evet	%42	
Hayır	%58	
Bilgim yok		%56
Çok az bilgim var		%27,2
Var; ama tam değil		%12,4
Tam bilgim var		%4,4

Tablo 5: Karbon Ayak İzi Farkındalığı

Tablo 5' de araştırmaya katılanların karbon ayak izi kavramını duyma oranlarına bakıldığında %42' sin bu kavramı duymadığını ifade ettiği görülmektedir. Bunun dışında karbon ayak izini azaltmanın yollarını bilme ile soruya verilen cevaplara göre %56'sının bu konuda bilgisi olmadığı görülmektedir. Tam olarak bilgili olduğunu düşünenlerin oranı ise %4.4 olarak ortaya çıkmıştır.

	Değişken	N	Ortalama	Std. Sapma	P
Bilgi	Evli	98	2,99	,740	,001
	Bekar	152	3,31	,712	
Çevresel Farkındalık	Evli	98	3,09	,596	,000
	Bekar	152	3,69	,767	
Davranış	Evli	98	3,08	,690	,003
	Bekar	152	2,78	,845	
Sürdürülebilirlik Farkındalığı	Evli	98	3,05	,489	,001
	Bekar	152	3,26	,441	
Bilgi	Kadın	122	3,19	,715	,738
	Erkek	127	3,16	,760	
Çevresel Farkındalık	Kadın	122	3,51	,760	,204
	Erkek	127	3,39	,760	
Davranış	Kadın	122	2,94	,880	,377
	Erkek	127	2,85	,718	
Sürdürülebilirlik Farkındalığı	Kadın	122	3,22	,437	,171
	Erkek	127	3,14	,498	

Tablo 6: Sürdürülebilirlik Farkındalığının Medeni Durum ve Cinsiyete Göre Farklılığı

Tablo 6, Sürdürülebilirlik farkındalığı ana değişkeni ve alt boyutlarına yönelik cinsiyet ve medeni durum açısından yapılan fark analizi sonucuna göre, bağımsız gruplar arasındaki fark sadece medeni durum açısından ortaya çıkmıştır. Evli olanların davranış boyutundaki ortalaması bekar olanlardan yüksektir. Diğer tüm boyutlarda ise bekar olanların ortalaması evli olanlardan daha yüksektir.

	Değişken	N	Ort.	Std. Sapma	P
Bilgi	Yok	169	3,25	,736	,048
	Var	81	3,05	,733	
Çevresel Farkındalık	Yok	169	3,64	,752	,000
	Var	81	3,07	,631	
Davranış	Yok	169	2,79	,845	,001
	Var	81	3,12	,648	
Sürdürülebilirlik Farkındalığı	Yok	169	3,22	,457	,028
	Var	81	3,08	,486	
Bilgi	Asgari ücret ve altı	180	3,23	,757	,064
	Asgari ücret üstü	69	3,05	,682	
Çevresel Farkındalık	Asgari ücret ve altı	180	3,58	,797	,000
	Asgari ücret üstü	69	3,13	,538	
Davranış	Asgari ücret ve altı	180	2,83	,852	,008
	Asgari ücret üstü	69	3,09	,618	
Sürdürülebilirlik Farkındalığı	Asgari ücret ve altı	180	3,21	,482	,049
	Asgari ücret üstü	69	3,09	,430	

Tablo 7: Sürdürülebilirlik Farkındalığının Çocuk Sahibi Olma Durumu ve Gelire Göre Farklılığı

Tablo 7' de sürdürülebilirlik farkındalığının gelir durumuna göre, bilgi boyutu hariç diğer tüm boyutlarda farklılık gösterdiği görülmektedir. Çocuğu olanların davranış boyutunda çocuğu olmayanlardan daha yüksek ortalama değere sahip olduğu görülmektedir. Diğer tüm boyutlarda çocuğu olmayanlar daha yüksek ortalama değere sahiptir. Gelir açısından ise davranış boyutunda asgari ücretin üstünde gelire sahip olanların ortalaması daha yüksektir. Diğer tüm boyutlarda asgari ücretin altında gelire sahip olanlar asgari ücretin üstünde gelire sahip olanlardan daha yüksek ortalama değere sahiptir. Araştırma yapılan işletmelerde çalışanlara ödenen ücret asgari ücret seviyesinde o seviyenin %50 si kadar üstündedir.

		Karaler Top.	df	Ort. Kare	F	P	Tukey
Bilgi	Gruplar Arası	8,943	2	4,472	8,697	,000	3>1,2
	Grup İçi	126,997	247	,514			
	Toplam	135,940	249				
Çevresel Farkındalık	Gruplar Arası	31,418	2	15,709	34,452	,000	3>1,2
	Grup İçi	112,624	247	,456			
	Toplam	144,042	249				
Davranış	Gruplar Arası	11,980	2	5,990	10,044	,000	3<1,2
	Grup İçi	147,305	247	,596			
	Toplam	159,285	249				
Sürdürülebilirlik Farkındalığı	Gruplar Arası	3,208	2	1,604	7,643	,001	1<2,3
	Grup İçi	51,839	247	,210			
	Toplam	55,047	249				

Tablo 8: Yaş Göre Sürdürülebilirlik Farkındalığı Farklılığı

Tablo 8, yaş açısından gruplar arasındaki sürdürülebilirlik farkındalığını belirlemeye yönelik yapılan anova analizi sonuçlarını göstermektedir. Bu sonucuna göre, çevresel farkındalık ve davranış boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı farklar vardır. Bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için yapılan Posthoc testi sonucuna göre 25 yaş ve altında olanların farkındalığı diğer yaş gruplarından yüksektir ve aynı yaş grubunun davranışı ise diğer yaş gruplarından daha düşüktür. Yani 25 ve altı yaş grubu sürdürülebilirliğin farkındalık boyutunda yüksek bir eğilime sahipken, bunu davranışa dökme noktasında ise düşük bir eğilime sahiptir.

		Karaler Top.	df	Ort. Kare	F	P	Tukey
Bilgi	Gruplar Arası	2,978	2	1,489	2,766	,065	
	Grup İçi	132,962	247	,538			
	Toplam	135,940	249				

		Karaler Top.	df	Ort. Kare	F	P	Tukey
Çevresel Farkındalık	Gruplar Arası	16,202	2	8,101	15,652	,000	1>2,3
	Grup İçi	127,840	247	,518			
	Toplam	144,042	249				
Davranış	Gruplar Arası	10,013	2	5,007	8,285	,000	1<2,3
	Grup İçi	149,272	247	,604			
	Toplam	159,285	249				
Sürdürülebilirlik Farkındalığı	Gruplar Arası	,919	2	,459	2,096	,125	
	Grup İçi	54,128	247	,219			
	Toplam	55,047	249				

Tablo 9: Sürdürülebilirlik Farkındalığının Eğitim Durumuna Göre Farklılığı

Tablo 9' da araştırmaya katılanların eğitim durumuna göre sürdürülebilirlik farkındalığı farklılığını belirlemek üzere yapılan anova analizi sonucuna göre tüm boyutlarda istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için yapılan tukey testi sonucuna göre, bilgi boyutunda ve çevresel farkındalık boyutunda üniversite mezunu olanlar, ilköğretim ve lise mezunu olanlardan daha yüksek ortalama değere sahiptirler. Davranış boyutunda ise, tam tersi bir durum ortaya çıkmaktadır ve üniversite mezunları bu boyutta en düşük eğilime sahip grup olmaktadır. Genel olarak sürdürülebilirlik ana değişkeninde ise, ilköğretim mezunu olanlar en düşük eğilime sahip grup olarak karşımıza çıkmaktadır.

5 SONUÇ

Sürdürülebilirlik konusu son yıllarda toplumun her kesiminde ve endüstrinin her dalında kendinden çokça söz ettiren bir kavram olmuştur. Sürdürülebilirlik, özellikle iklim değişikliklerinin oluşturduğu negatif etkilerin çevre üzerinde tahribat oluşturmaya başlaması ile önemi daha da artan bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmada sürdürülebilirlik kavramı, konuya olan farkındalık bağlamında ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Sürdürülebilirlik farkındalığı mavi yakalı çalışanların bakış açısı ile incelenmiştir. Bu mavi yakalı çalışanlar ise, yeşil işlerde çalışan kişileri kapsamaktadır. Sürdürülebilirlik konusundaki faaliyetlerden biri olan geri dönüşüm ve atıkların yeniden üretime kazandırılması, sürdürülebilirlik adına atılan adımlar arasında yer almaktadır. Bu tür işlerde

çalışanların ise, sürdürülebilirlik ile ilgili farkındalıklarının yüksek olması beklenir. İşin doğası gereği sürdürülebilirlik bilincinin otomatik olarak oluşmasının ve davranışlara yansımalarının daha kolay olacağı düşünülmektedir. Yapılan analizler sonucunda ise araştırmaya katılanların sürdürülebilirlik farkındalıklarının orta derecede olduğu görülmüştür. Bu farkındalığı oluşturan boyutlardan çevresel farkındalık en yüksek, davranış ise en düşük eğilim gösterilen boyut olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılanların farkındalıklarını davranışa dökme yönünde düşük bir eğilim gösterdikleri görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanlardan karbon ayak izi kavramını duymayanların oranları %58 ve karbon ayak izini nasıl yok edeceğini bilmeyenlerin oranı da %56'dır. Yani araştırmaya katılanlar, karbon ayak izini ve etkilerini bilse bile onu ortadan kaldırmak için nasıl bir davranış sergileyeceğini bilememektedir.

Msengi vd., (2019)'un yüksek öğretim kurumlarında yaptığı bir çalışmaya göre, sürdürülebilirlik kavramı araştırmaya katılan üniversite çalışanları açısından incelenmiştir. Bu kavram araştırmaya katılanlar için yeni bir olgu olarak nitelendirilmemesine rağmen, konu hakkındaki bilincin davranışa dökülmesi anlamında hala sorunların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hassan vd., (2011) ve Salsabila vd., (2019)'un yapmış oldukları çalışmalarda katılımcıların sürdürülebilirlik farkındalıkları ile ilgili şu sonuçlar ortaya çıkmıştır; sürdürülebilirlik farkındalığının bilgi ve çevresel farkındalık boyutlarında orta düzeyde bir eğilim mevcutken, davranış boyutundaki eğilim çok daha düşüktür. Örneklem içinde yer alanlar sahip oldukları bilgiyi ve çevresel farkındalıklarını davranışa dökmemektedirler. Cottrell ve Graefe (1997), çevresel uygulamalar açısından davranışın karmaşık bir yapısı olduğunu ve bilgi, farkındalık dışında birçok faktörden etkilendiğini belirtmiştir. Bireyler çevresel davranış gösterme yönünde düşük eğilim sergiliyorlarsa bu onların bilgi ve farkındalık eksikliğinden değil, bireysel ve çevresel faktörlerin etkisinden kaynaklı olarak sergiledikleri bir eğilimdir.

Araştırmada demografik özelliklere göre de sürdürülebilirlik farkındalığının ve alt boyutlarının farklılık gösterdiğine dair sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bekarların sürdürülebilirlik farkındalığı evli olanlardan daha yüksektir. Cinsiyete göre ise gruplar arasında anlamlı farklılıklar yoktur. Gelir seviyesi açısından asgari ücret ve altında gelire sahip olanların sürdürülebilirlik farkındalıkları daha yüksektir; ancak sürdürülebilirliğin davranış boyutunda asgari ücret üstü gelire sahip olanların eğilimleri daha yüksektir. Xiao ve Dunlap, (2007)'ye göre kadınların, gelir seviyesi yüksek olanların ve bekarların çevreci davranış eğilimleri daha yüksektir. Baena-Morales vd., (2021) tarafından yapılan çalışmada kadınların sürdürülebilirlik farkındalığının erkeklerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Marcos-Merino vd.,(2020) ise cinsiyet açısından sürdürülebilirlik farkındalığının farklılık göstermediği sonucuna ulaşmıştır. Aynı çalışmada sürdürülebilirlik davranışları,

bilinç ve tutumdan daha düşük seviyede ortaya çıkmıştır. Awan ve Abbasi (2013)'e göre de gelir seviyesi yüksek sınıfta bulunanların sürdürülebilirlik farkındalıkları diğerlerinden daha yüksek olarak ortaya çıkmaktadır

Katılımcıların yaşına göre sürdürülebilirlik farkındalıkları değerlendirildiğinde, 25 yaş ve altında olanların farkındalığı daha yüksektir; ancak bu yaş grubundakilerin davranış eğilimleri ise diğer yaş gruplarından daha düşüktür. Eğitim durumuna göre de sürdürülebilirlik farkındalığı en düşük grup ilköğretim mezunları olmuştur; ancak sürdürülebilirlik farkındalığının davranış boyutunda üniversite mezunları en düşük eğilime sahip olan gruptur. Awan ve Abbasi, (2013)'ün yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre, sosyal ve ekonomik duruma göre sürdürülebilirlik farkındalığı farklılık göstermektedir. Eğitim, statü ve aile yapısı sürdürülebilirlik farkındalığında belirleyicidir ve farklılıklar oluşturabilmektedir. Eğitim seviyesi arttıkça çevre bilinci de artmakta ve çevreye yönelik korumacı davranışlarda çoğalmaktadır. Xiao ve Dunlap, (2007)'nin çalışmasına göre, eğitim düzeyi yüksek bireyler çevreci davranışlar sergilemeye daha fazla eğilimli olmaktadır. Michalos vd.,(2007)'ye göre de sürdürülebilirlik farkındalığı için eğitim oldukça belirleyici bir etki yapmaktadır.

Sonuç olarak; sürdürülebilirlik farkındalığının araştırma yapılan örnekleme yüksek olmasa da var olduğu görülmüştür. Literatür ile benzer şekilde sürdürülebilirliğe yönelik davranışa geçme eğiliminin ise düşük olduğu sonucu ulaşılmıştır. Bireylerin farkındalıklarının davranışa dökülmesinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu noktada yeterli alt yapının sağlanmamış olması, kişilik, kültürel değerler, aile yapısı veya bu tür eylemlerin sağlayacağı katkıya yönelik yetersiz bilgilendirmeler etkili olabilmektedir. Ayrıca bireylerin olumsuz gidişatın oluşturacağı sonuçları önemsemiyor olması da bu sonuçta etkili olabilmektedir. Demografik özellikler açısından da ortaya çıkan farklılıklar değerlendirildiğinde, eğitim seviyesinin artmasının çevreye yönelik farkındalığı olumlu etkilediği görülmüştür. Bireylerin gelir seviyeleri açısından ortaya çıkan ilginç bir bulgu ise, çevresel farkındalıkta daha düşük gelir seviyesindekilerin ortalamalarının yüksek olmasına rağmen bu farkındalığı davranışa dökmede aynı eğilimin ortaya çıkmamış olmasındadır. Bu kategorideki katılımcıların çevreci davranışlara yönelik eğilimlerinin artırılması için daha fazla çaba harcanması gerekmekte olduğu görülmüştür. Literatürde benzeşen veya çelişen birçok çalışma görmek mümkündür. Örneklem grupları değiştiğinde demografik özelliklere göre ortaya çıkan sürdürülebilirlik farkındalığı farklılıkları da değişmektedir. Şu bir gerçektir ki, sosyal kültürel ve demografik özellikleri ne olursa olsun tüm bireylerde sürdürülebilirlik farkındalığının oluşturulması adına atılacak adımlar oldukça önemlidir. Bu noktada eğitim kurumlarına, işletme yöneticilerine, sivil toplum kuruluşlarına, devlete ve de bireyin kendisine önemli sorumluluklar düşmektedir. Atılacak

her bir adım, diğer bir adımı özendirici ve destekleyici olmalıdır. Bu nedenle, sürdürülebilirlik faaliyetlerinin daha fazla gündemde yer alması sağlanmalı, eğitim programlarının içine sürdürülebilirliğin sağlanmasının önemine dair konular mutlaka eklenmelidir. Özellikle ülkemizde son yıllarda işletmelerin sürdürülebilirlik raporları yayınlıyor olmaları bu konuda bir bilinç oluşturmada etkili araçlar olarak düşünülebilir. Sürdürülebilirlik projelerinin daha fazla desteklenmesi ve gençlerin bu konuda çalışmasının özendirilmesi de konuya katkı sağlayacaktır. Sürdürülebilirlik farkındalığı ile ilgili yapılan akademik çalışmalara bakıldığında da, ulusal literatürdeki akademik çalışma sayısının oldukça az olduğu ve uluslararası alanda yapılan çalışmalarda da genelde üniversite öğrencilerinin sürdürülebilirlik farkındalıklarının incelenmiş olduğu görülmüştür. Bu çalışma faaliyet alanı sürdürülebilirlik olan işletmelerin çalışanları bağlamında yapılmıştır. Akademik olarak çok daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulan bir alandır. Bu kapsamda farklı sektörlerde, özellikle çevresel tehlike oluşturma potansiyeli yüksek endüstrilerde konunun çalışılması önerilebilir. Ayrıca bu çalışmanın amaçlarından biri de sürdürülebilirlik farkındalığını değerlendirmede kullanılacak bir ölçek geliştirmektir. Bu ölçeğin farklı örneklerde kullanılması ve güvenilirliğinin sınanması da akademik literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir kalkınma: Uygulamalı antropolojinin eylem alanı. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, (24), 133-164.
- Arcury, T. A., 1990. Environmental attitude and environmental knowledge. Hum. Organ. 49: 300-304.
- Athman, J. and M. Monroe, 2000. Elements of effective environmental education programs. <https://eric.ed.gov/?id=ED463936>
- Awan, U. and Abbasi, A. S. (2013). Environmental sustainability through determinism the level of environmental awareness, knowledge and behavior among business graduates. Research Journal of Environmental and Earth Sciences, 5(9): 505-515
- Baena-Morales, S., Ferriz-Valero, A., Campillo-Sánchez, J. and González-Villora, S. (2021). Sustainability awareness of in-service physical education teachers. Educ. Sci, 11(798), 1-12, <https://doi.org/10.3390/educsci11120798>
- Basiago, A.D. (1998). Economic, social and environmental sustainability in development theory and urban planning practice. Environmentalist, 19, 145-161, <https://doi.org/10.1023/A:1006697118620>
- Bramley, G and Power, S. (2009). Urban form and social sustainability: the role of density and housing type. Environment and Planning B: Planning and Design, 36, 30 -48, <https://doi.org/10.1068/b33129>
- Bulkeley, H. (2000). Common knowledge? Public understanding of climate change in Newcastle. Australia. Public Underst. Sci, 9(3), 313-333, <http://dx.doi.org/10.1088/0963-6625/9/3/307>
- Cottrell, S. P., and Graefe, A. R. (1997). Testing a conceptual framework of responsible environmental behavior. The Journal of Environmental Education, 29(1), 17-27.
- Çalışkan, M. (2002). Yetişkinlerde çevre duyarlılığını etkileyen etmenler (KKTC Lefke örneği). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Halk Eğitimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Baena-Morales, S., Ferriz-Valero, A., Campillo-Sánchez, J., González-Villora, S. (2021). Sustainability awareness of in-service physical education teachers. Educ. Sci. 11(12), 1-12, <https://doi.org/10.3390/educsci11120798>
- Gadenne, D. L., Kennedy, J and McKeiver, C. (2009). An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs. Journal of Business Ethics, 84 (1), 45-63.
- Garbie, I. H. (2014). An analytical technique to model and assess sustainable development index in manufacturing enterprise. International Journal of Production Research, 52(16), 4876-4915
- Garbie, I. H. (2015). Sustainability Awareness in Industrial Organizations. Procedia CIRP, 26, 64-69.
- George, D. and Mallery, M. (2010). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 17.0 Update (10a Ed.) Boston: Pearson
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2014). Multivariate data analysis, (7). Harlow: Pearson New International Edition.
- Hair, J. F., Black, W., Anderson, R., Babin, B. R. and Tahtam, R. L. (2006). Multivariate data analysis with Readings, London: Mcmillan Book Company
- Hassan, A., Rahman, N. A., and Abdullah, S. I. S. S. (2011). The level of environmental knowledge, awareness, attitudes and practices among UKM students. University Kebangsaan, Malaysia, 13, 5-8. <https://tree.utm.my/wp-content/uploads/2013/03/the-level-of-environmental-knowledge-awareness-attitudes-and-practices-among-ukm-students.pdf>
- Herremans, I.M. and Reid, R. (2002). Developing awareness of the sustainability concept. Journal of Environmental Education, 34(1), 16-20, <https://doi.org/10.1080/00958960209603477>
- Jones P., Clarke-Hill C., Comfort D. and Hillier D. (2008). Marketing and sustainability. Marketing Intelligence & Planning, 26(2), 123-130
- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme sürecinde sürdürülebilir bir kalkınma için sürdürülebilir bir çevre. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2011(1), 19-33.
- Madsen, P. (1996). What can universities and professional schools do to save the environment? In: Callicott, J.B. and F.J. da Rocha (Eds.), Earth summit ethics: Toward a reconstructive postmodern philosophy of environmental education. Albany state university of Newyork press, Newyork, 71-91.
- Marcos-Merino, J.M., Corbacho-Cuello, I. and Hernández-Barco, M. (2020). Analysis of sustainability knowingsness, attitudes and behavior of a Spanish pre-service primary teachers sample. Sustainability 12(18), 1-22
- Michalos, A. C., Creech, H., McDonald, C. and Hatch Kahlke, P. M. (2009). Measuring knowledge and behaviours towards sustainable development: Two exploratory studies. Winnipeg, Canada International Institute for Sustainable Development. <https://www.iisd.org/publications/report/measuri>

ng-knowledge-attitudes-and-behaviours-
towards-sustainable-development

- Morelli, J. (2011). Environmental sustainability: A definition for environmental professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 2.
- Msengi, I., Doe, R., Wilson, T., Fowler, D., Wigginton, C., Olorunyomi, S., Banks, I. and Morel, R. (2019). Assessment of knowledge and awareness of "sustainability" initiatives among college students, *Renew. Energy Environ. Sustain.* 4(6), 1-11, <https://doi.org/10.1051/rees/2019003>
- Nadeem, O. and Hameed, R. (2008). Evaluation of environmental impact assessment system in Pakistan. *Environ. Impact Assess.* 28(8), 562-571.
- Nagpal, A. and Sharma, G. (2019). Daunting for developing countries. *British Dental Journal*, 227(3), 175
- Ozmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye sürdürülebilir kalkınma yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 3(12), 1853-1876.
- Salsabilal, E.R., Agus Fany Chandra Wijaya, A.F. C and Winarno, N. (2019). Improving students' sustainability awareness through argument-driven inquiry. *Journal of Science Learning*, 2(2) :58-64, <https://doi.org/10.17509/jsl.v2i2.13104>
- Sulich, A. and Sołoduch-Pelc, L. (2022). The circular economy and the Green Jobs creation. *Environ Sci Pollut Res*, 29(29), 14231–14247, <https://doi.org/10.1007/s11356-021-16562-y>
- Sunthonkanokpong, W. and Murphy, E. (2019). Sustainability awareness, attitudes and actions: A survey of pre-service teachers. *Issues in Educational Research*, 29(2), 562-582.
- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: Teorik bir inceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.
- Vallance, S., Perkins, C.H and Jennifer E. Dixon, J.E. (2011). What is social sustainability? A clarification of concepts. *Geoforum*, 42(3), 342-348, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.01.002>
- Vlek, C and L. Steg, L. (2007). Human behavior and environmental sustainability: Problems, driving forces and research topics. *J. Social Issues* 63(1), 1-29, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00493.x>
- Xiao, C. and R.E. Dunlap, (2007). Validating a comprehensive model of environmental concern cross-nationally: A U.S.-Canadian comparison. *Soc. Sci. Quart.*, 88: 471-493.

EK BİLGİLER

Değişkenler	α	Öz değer	Varyans	Faktör Yükleri		
Bilgi Boyutu	,711	2,456	24,012			
Aile üyelerime çevre hakkında bilgi veririm.				,702		
Çevre sorunları hakkında çoğu insandan daha bilgili olduğumu düşünüyorum				,696		
Çevrenin yaşam üzerindeki etkisini kitle iletişim araçlarından öğrendim				,686		
Çevrenin insan yaşamı üzerindeki etkisine dair bilgi sahibiyim				,645		
Çevremdekilerin çevreci davranışları beni de o yönde davranmaya sevk eder				,578		
Çevresel Farkındalık Boyutu	,719	1,675	19,714			
İnsanlar çevreyi ciddi şekilde kötüye kullanıyor					,697	
Bir çöp bulana kadar elimdeki atıkları yanımda taşıırım					,672	
Bireysel çabalarımız da çevre sorunlarının çözümünü etkileyebilir					,613	
Su kaynaklarının ciddi şekilde kirlendiğinin farkındayım					,597	
Dünyadaki kaynakları doğru kullanırsak, insanlık için yeterlidir					,532	
Evdeki atık miktarını azaltmak için, atılacak şeyleri başka şekilde kullanmanın yolunu ararım.					,475	
Yiyecek artıklarını, farklı şekilde değerlendirmenin yollarını ararım					,324	
Davranış Boyutu	,748	1,541	17,766			
Kâğıt, cam ve plastik gibi çöpleri ayrıştırıp geri dönüşümüne katkı sağlarım					,801	
Daha pahalı olsalar bile çevre dostu ürünleri satın alırım					,768	
Kağıt kullandığımda, her iki yüzünü de kullanmayı tercih ederim					,708	
Sera gazı salınımını önlemek için motorlu araç kullanımını azaltırım					,695	
Bir ürünü satın almadan önce çevreye zararlı şeyler içerip içermediğini kontrol ederim					,674	
Çevre ile ilgili etkinliklere katılırım					,540	
Ürün alırken enerji tasarrufu sağlayanları tercih ederim					,398	
KMO: ,686; Bartlett' s Test, 1125,281; df:253; Sig: ,000 Açıklanan Toplam Varyans: 61,492						

Tablo 2: Keşfedici Faktör Analizi

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık	St.Sapma	Ort.
Bilgi Boyutu	-,141	,194	,660	3,19
Çevre sorunları hakkında çoğu insandan daha bilgili olduğumu düşünüyorum	-,121	-,660	1,079	3,21
Çevrenin yaşam üzerindeki etkisini kitle iletişim araçlarından öğrendim	,086	-,595	1,070	3,06
Çevrenin insan yaşamı üzerindeki etkisine dair bilgi sahibiyim	-,207	-,629	1,102	3,32
Çevremdekilerin çevreci davranışları beni de o yönde davranmaya sevk eder	-,114	-,992	1,226	3,19
Çevresel Farkındalık Boyutu	,079	-,422	,673	3,45
İnsanlar çevreyi ciddi şekilde kötüye kullanıyor	-,339	-,790	1,136	3,58
Bir çöp bulana kadar elimdeki atıkları yanımda taşıırım	-,315	-,969	1,257	3,44
Bireysel çabalarımız da çevre sorunlarının çözümünü etkileyebilir	-,169	-1,003	1,180	3,42
Su kaynaklarının ciddi şekilde kirlendiğinin farkındayım	-1,018	-,258	1,245	3,45
Dünyadaki kaynakları doğru kullanırsak, insanlık için yeterlidir	-,742	-,258	1,129	3,38
Davranış Boyutu	-,431	,082	,589	2,89
Daha pahalı olsalar bile çevre dostu ürünleri satın alırım	-,953	,150	1,221	2,94
Sera gazı salınımını önlemek için motorlu araç kullanımını azaltırım	-,927	-,008	1,232	2,98
Bir ürünü satın almadan önce çevreye zararlı şeyler içerip içermediğini kontrol ederim	,031	-,621	1,051	2,82
Çevre ile ilgili etkinliklere katılırım	-,072	-,838	1,162	2,85
Sürdürülebilirlik Farkındalığı Genel Ortalama				3,17

Tablo 4: Normallik Testi ve Ortalamalara Ait İstatistikler

yenifikir

Uluslararası Akademik Fikir Araştırma Dergisi
International Journal of Academic Research and Ideas

Cilt / Volume: 15

Sayı / Issue: 30

Neşe Yaşar ÇEĞİNDİR

Prof. Dr.

AHBVÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı
Bölümü, nese.cegindir@hbv.edu.tr

Meyrem ARGA ŞAHİNOĞLU

Doç. Dr.

AHBVÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı
Bölümü, meyrem.arga@hbv.edu.tr

Birsen ÇİLEROĞLU

AHBVÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı
Bölümü, birsen.cileroglu@hbv.edu.tr



<https://orcid.org/0000-0002-8538-9224>

<https://orcid.org/0000-0003-4265-681X>

<https://orcid.org/0000-0003-2743-5963>

**Geçmişten Geleceğe Kültür Bağı:
Ehrama Dokunuşlar Sergisi**

*Cultural Link From The Past To The
Future: The Exhibition of Touches to
Ehram*

Makale Kategorisi (Araştırma Makalesi / Research Article)

Geliş Tarihi / The Date of Received: 13.06.2023

Kabul Tarihi / The Date of Accepted: 06.07.2023

Yayın Tarihi / The Date of Published: 28.07.2023

Atıf / Citation

Çeğindir N.Y. & Şahinoğlu M.A. & Çileroğlu B. (2023). Geçmişten Geleceğe Kültür Bağı: Ehrama Dokunuşlar Sergisi, Yeni Fikir Dergisi, 15 (30), 39-48

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1313731

Çeğindir N.Y. & Şahinoğlu M.A. & Çileroğlu B. (2023). Cultural Link From The Past To The Future: The Exhibition of Touches to Ehram, The Journal of Yeni Fikir, 15 (30), 39-48

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1313731

Bu makalede intihal programıyla benzerlik raporu alınmıştır.
In this article, a similarity report with the plagiarism program was received.

Geçmişten Geleceğe Kültür Bağı: Ehrama Dokunuşlar Sergisi

Öz

Bu çalışmada, 18-24 Temmuz 2022 tarihleri arasında 26. Bayburt Dede Korkut Uluslararası Kültür Sanat Şöleni kapsamında Bayburt Bedesten Sanat Galerisinde gerçekleştirilen "Ehrama Dokunuşlar" sergisine ilişkin ziyaretçi görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Tarama modelinin kullanıldığı araştırmanın örneklemini, yukarıda açık olarak ifade edilen "Ehrama Dokunuşlar" isimli sergiyi ziyaret edenler evreninden; anketi cevaplamaya gönüllü olan 52 kişi ve bir Ehram Dokuma Ustası oluşturmaktadır. Katılımcıların görüşleri, anket ve görüşme formu ile alınmıştır. Bunların dışında, Bayburt Belediyesi kurumsal sosyal medya hesabı üzerinden ziyaretçi beğenileri de incelenmiştir.

Veri toplama araçlarından elde edilen bulgulara göre; "Ehrama Dokunuşlar Sergisi" ve başlığın altındaki alt etkinlikler, gerek fiziki sergi ziyaretçilerinin neredeyse tamamına yakınından gerekse Bayburt Belediyesinin resmi sosyal medya hesabını takip edenler tarafından oldukça iyi düzeyde beğeni almıştır. Ehramdan yeni ürünlerin üretilmesi konusunda hediyelik eşya ve aksesuarlar ön plandadır. Yeni nesillere Ehram dokuma kültürünün aktarımı, kullanımının sağlanmasına yönelik kapsamlı ve istihdam sağlayıcı projelere ihtiyaç göze çarpmaktadır.

Anahtar kelimeler: Ehram, Bayburt, Bayburt Ehramı, Kültür, Gelenek.

Cultural Link From The Past To The Future: The Exhibition of Touches to Eham

Abstract

In this study, it is aimed to determine the views of the visitors regarding the "Touches to Eham" exhibition held at the Bayburt Bedesten Art Gallery within the scope of the 26th Bayburt Dede Korkut International Culture and Art Festival between 18-24 July 2022. The sample of the research, in which the scanning model was used, is from the universe of those who visited the exhibition named "Touches to Eham"; 52 people who volunteered to answer the questionnaire; a person who is Eham Weaving Master was interviewed. Opinions of the participants were taken by questionnaire and interview form. Apart from these, visitor tastes were also examined through the Bayburt Municipality Social Media account.

According to the findings obtained from the data collection tools; Exhibition of Touches to Eham and the sub-events under the title were highly appreciated both by almost all of the physical exhibition visitors and by those who follow the official social media account of Bayburt Municipality. Souvenirs and accessories are at the forefront of producing new products from Eham. There is a need for comprehensive and employment-providing projects aimed at transferring Eham weaving culture to new generations and ensuring its use.

Keywords: Eham, Bayburt, Bayburt Eham's, Culture, Tradition.

1. GİRİŞ

Metin Kentsel yaşamın hızlı yayılımı ve sayısal artışı, sosyal yaşam koşullarının değişimi, iletişim araçlarının geçmişe oranla internet ağı ile hızlanması görsel medyanın daha fazla yaygınlaşması, toplumlara özgü yerel kültür öğelerinin kullanım yaygınlığını değiştirmekte, zayıflatmakta ya da azalmaktadır. Moda ifadesi altında, tüm dünyanın ortak yaşam tarzlarının kullanımı hedeflenmekte toplumsal farklılıklar azalmaktadır. Oysaki milletlerin birçok mutabakatta kaleme aldıkları kültürel çeşitliliğin yaşatılması dünyanın ortak arzudur.

Bu arzuya bağlı olarak geliştirilen kültürel sürdürülebilirlik, insanlığın sahip olduğu kültürel deneyim ve geleneklerin korunarak yeni nesillere güvenli, doğru şekilde öğretilerek onlarında bu kültürü devam ettirmesinin sağlanması fikridir.

Kültürel sürdürülebilirlik, insanların farklı kültürlerle giderek daha fazla temas kurduğu küreselleşmiş bir dünyada önemli bir kavramdır. Bu bakış açısı dünya kültürel mirasının ve çeşitliliğinin korunmasına yardımcı olurken aynı zamanda ilgili konulardan geçim sağlayanlar için de bir teminattır. Dünya kültürlerini muhafaza ederek, gezegenin biyolojik çeşitliliğini ve ekosistemlerini korumaya yardımcı olunabilir (sustainability- success.com).

Diğer taraftan, UNESCO'nun 2003 tarihinde yürürlüğe giren Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) kavramı da aynı amaca hizmet eden bir başka başlıktır. SOKÜM, toplulukların/kimi durumlarda bireylerin, kültür miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar anlamına gelmektedir (SOKÜM,2023).

Her iki kapsamda da yürütülen veya planlanan kültürel faaliyetlerin, ulusal ve uluslararası platformlarda yaygınlaştırılması kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması ve yerel ekonomiye katkı sağlanması bakımından önemli görülmektedir.

Bayburt Ehamı üzerine istihdamın sağlanması konusundaki ilk proje 2000 yılında başlamıştır. Bu çalışma, Eham konusunda yürütülen ve hayata geçirilen ilk planlı istihdam projesidir (Çeğindir, Erol, Pamuk, 2022). Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığınca Doğu Anadolu Projesi ana planı çerçevesinde beş üniversitenin katılımı ile Bayburt İli Eham Dokumacılığı Ön Fizibilite Etüdü yapılmıştır. Devamında Avrupa Birliği tarafından desteklenen ve Türkiye İş Kurumu tarafından yönetilen T.C. Bayburt Valiliği İl Özel İdaresi AİPP Yeni Fırsatlar Programı kapsamında "Eham Dokumacılığı ve Yeni Fonksiyonlar Kazandırılması Projesi" yürütülmüştür (Emir, 2005).

Yerel dokuma kültürüne dayanan kumaşların markalaşma ve ticarileşme süreçleri üzerine ilerleyen yakın tarihli projelerden birisi Kutnu üzerinedir. Kutnu

kumaşının özgün tasarımlarla günümüze uyarlanarak, kıyafetten ev tekstiline kadar geniş bir kullanım alanında ülkemizden çıkan bu değer, dünyanın aranan ürünü haline getirilmesi amacıyla "Kutnia" markası oluşturulmuştur.

Ar-Ge çalışmaları ile özüne sadık kalınarak dokunan kumaş, çok farklı ürün gruplarında kullanılabilir hale getirilmiştir. Kutnu kumaşı, Christian Dior'un 2023 Yaz erkek giyim koleksiyonunda yerini almıştır. Dior, resmi Twitter hesabında Kutnuyu, "**Bir zamanlar Osmanlı kraliyet hanedanının kullandığı bu tarihi kumaş, Dior koleksiyonunda yeniden doğdu**" ifadesi ile tanıtmıştır (Harper Bazaar, 2022).

Coğrafi işaretli Şile Bezi bir diğer örnektir. Üretim ağını tek bir noktada toplamak ve dünyaya tanıtmak için harekete geçen Şile Belediyesi, Şile Bezi Üretim Tesisi Projesi ile Şile Bezinin üretim kapasitesini daha üst seviyeye taşıyacak ve ilçe ekonomisine önemli ölçekte katkı sağlayacaktır (N-Life Haberleri, 2022).

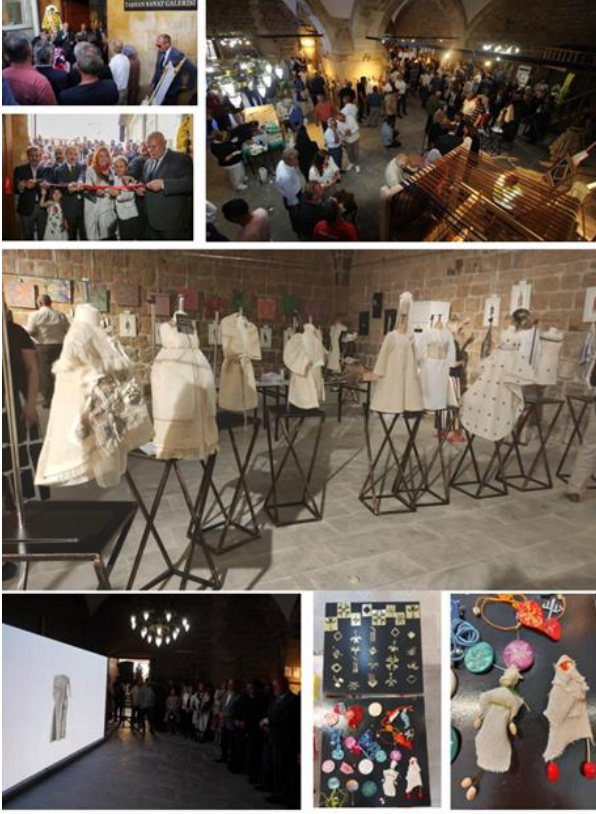
Baksı Kültür ve Sanat Vakfı, Bayburt Ehamının sanatla farkındalığının oluşturulmasında öncülüğü ile dikkat çekmektedir. İlk faaliyet 2011 yılında modacı Özlem Süer'in "99 Eham" adıyla yürüttüğü projedir (Eham modası, Avrupa'yı da sardı, 2011). Cumhurbaşkanlığı himayelerinde, İstanbul Sabancı Beylerbeyi Olgunlaşma Enstitüsü tarafından yürütülen "Türkiye Dokuma Atlası" Projesinde ise, içinde Bayburt Ehamının da olduğu Türkiye Coğrafyasındaki yüzyıllık dokumalar ile sergiler düzenlenmiştir (Eham Uluslararası Sahnede, 2022).

Benzer hedeflerle yola çıkılan bu çalışmada, aşağıda detayları yer alan 18-24 Temmuz 2022 tarihleri arasında 26. Bayburt Dede Korkut Uluslararası Kültür Sanat Şöleni kapsamında Bayburt Bedesten Sanat Galerisinde gerçekleştirilen "Ehrama Dokunuşlar" sergisine ilişkin ziyaretçi görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Ehrama Dokunuşlar Sergisi, 18-24 Temmuz 2022 tarihleri arasında 26. Uluslararası Bayburt Dede Korkut Şöleni etkinlikleri kapsamında Bayburt Taşhan/Bedesten Sanat Galerisi'nde gerçekleştirilmiştir. Bayburt Belediyesi tarafından finanse edilen Ehrama Dokunuşlar sergisinde, geçmişten geleceğe kültürel bir köprü-bağ kurulmuştur. Bu sayede, Bayburt Ehamının modern tasarım yaklaşımlarıyla sürdürülebilir ürünlere dönüşmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla sergideki tasarımların, tüketicisi olma potansiyeli bulunan bireylerce kabul görüp görmeyeceği hakkında bir kanaat oluşturulmaya çalışılmıştır. Böylece Ehrama yönelik gelecekteki özellikle kitlesel tasarım odaklı faaliyetlere bir yön çizilmesi planlanmıştır.

Sergi, Bayburt yöresi eham dokuma kültürünün sürdürülebilirliği, dokumadan yapılan eşyaların kullanım kültürünün devamlılığına ilişkin farkındalık oluşturma, sürdürülebilir bir tasarım ve üretim döngüsü yaratma yönleriyle önemli bir sorumluluk üstlenmiştir.

Coğrafi işaret belgeli Ehram ile giysi, dekoratif eşya ve aksesuar, ev tekstilinden oluşan zengin bir koleksiyon hazırlanmıştır. Ehramın birçok farklı ürün türü ve stilinde kullanılabilirliği örneklendirilmiş ve bu tasarımlar, tasarımcıları tarafından Bayburt Belediyesi Taşhan/Bedesten Sanat Galerisi Arşivine bağışlanmıştır. Görsel 1’de “Ehram’a Dokunuşlar” sergisinden görüntülere yer verilmiştir.



Görsel 1. Ehrama Dokunuşlar Sergisinden Görüntüler

SOKÜM (2023), kültürel mirasın gelecek nesillere devrinde başlıca adımları; tespit, belgeleme, araştırma, koruma altına alma, yok olmasını önleme, üretim, değerlendirme, kuşaktan kuşağa aktarım, kültürel mirasın farklı görünümlerinin yeniden canlandırılması, müzede sergileme olarak sıralamıştır. Belirtilen adımlardan hareketle bu sergide de tespit, belgeleme ve araştırması yapılmış olan Bayburt Ehram dokumasının koruma, yok olmasını önleme, kuşaktan kuşağa aktarımını sağlama, farklı görünümlerinin yeniden canlandırılması ve sergilenmesi adımları yerine getirilmiştir. Sürdürülebilir ürünler oluşturma hedefi doğrultusunda; Türkiye’nin dört bir yanından moda tasarımı alanında görevli davetli öğretim elemanlarının tasarımları, kalıcı eser niteliğinde sergilenerek arşivlenmiştir. Eserlerden ziyarete açık şekilde oluşan dijital bir albüm hazırlanarak belediyeye teslim edilmiştir (Görsel 2).

Sergi on altı üniversiteden kırk davetli öğretim elemanının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların ana malzeme olarak kullandıkları Bayburt Yöresi Ehramları, Sevim Ataner başta olmak üzere Bayburt yerel

dokuma ustalarının emekleriyle iki aylık bir sürede dokunmuştur. Sergi koleksiyonunda de yer alan tasarımlarda hem geleneksel hem de endüstriyel yöntemle hazırlanan, çoğunlukla açık renkli Ehram dokumaları ana malzeme olarak kullanılmıştır. Böylece farklı ekonomik düzeydeki genç ve orta yaşta farklı tüketici/pazar gruplarına hitap edilmiştir. Ürünler, günlükten özel gün giyim türleri ve aksesuarlarına doğru farklı çeşitliliktedir.



Görsel 2. Ehrama Dokunuşlar Karma Sergi Kataloğu (2022)

2. YÖNTEM

Araştırmada, tarama modeli kullanılmıştır. Bu yöntem, mevcut durumun sahip olduğu özellik ve şartları genel bir yargıya ulaştırmak için evreni oluşturan birimler içerisinde belirlenmiş bir grup veya örneklem üzerinde yapılan araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2014, 79).

2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın örneklemini, yukarıda açık olarak ifade edilen “Ehrama Dokunuşlar” isimli sergiyi ziyaret edenler evreninden; anketi cevaplamaya gönüllü olan 52 kişi oluşturmaktadır.

Katılımcıların seçiminde yakın çevrede bulunan ve ulaşılması kolay, gönüllü bireyler üzerinde veri toplamaya dayanan “kolaylı örnekleme yöntemi” tercih edilmiştir.

Araştırma kapsamındaki ziyaretçilerin;

- %53,8'i kadın, %46,2'si erkektir.
- %36,5'i 21-30, %38,4'ü 31-40, %23,1'i 41-50 yaş aralığındadır.
- %7,8'i ortaokul, %30,8'i lise, %17,3'ü ön lisans, %38,4'ü lisans, %5,7'si lisansüstü programlardan mezundur.
- %13,5'i ev hanımı, %9,6'sı işçi, %11,5'i öğretmen, %38,4'ü serbest meslek,
- %3,8'i yönetici, %13,5'i memur, %9,6'sı ise usta öğreticidir.

Demografik özellikler, bireylerin sosyal yaşam içerisindeki yerini açıklayan ve ekonomik, coğrafi, sosyo-kültürel yaşamlarına bağlı olarak gelişen tutumlarını temsil etmektedir. Bu tanımlamadan hareketle, örneklemin sergiyi ziyaret edenlerin demografik bilgilerine dayalı olarak Bayburt'ta yaşayan nüfusun geniş yelpazesini temsil ettiği düşünülmüştür.

Ziyaretçi görüşleri dışında bilfiil olarak bu işle uğraşan ve geçimini buradan sağlayan Eham ustası Sevim ATANER ile bir görüşme yapılmıştır.

2.2. Veri Toplama Teknikleri ve Analizi

Araştırmadaki veriler, Şekil 1'de verildiği üzere eşanlı olarak üç farklı yoldan toplanmıştır; bunlar sırasıyla;

1. Yarı Yapılandırılmış Anket
2. Görüşme Formu
3. Sosyal medya sayfası beğeni sayısı



Şekil 1. Veri Toplama Araçları

Yarı Yapılandırılmış Anket: 18-24 Temmuz 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen "Ehrama Dokunuşlar" isimli fiziki sergiyi ziyaret eden ve "Ehrama Modern Dokunuşlar" isimli sanal defileyi izleyenlerin sergi ve defileye ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Anket, serginin açık kaldığı günlerde ziyaret saatlerinde anketi cevaplamayı gönüllü olarak kabul eden bireylere uygulanmıştır. Anket, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ziyaretçilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara, ikinci bölümde ise ziyaret edenlerin, hem fiziki sergi hem de sanal defile çalışması hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik 8 adet açık uçlu soruya yer verilmiştir.

Serginin açılışı itibarıyla ziyaretçi sayısı örneklemin yaklaşık üç katı olduğu tahmin edilmiştir. Ancak, mekânın tarihi bir yapı olmasından kaynaklı havalandırma şartlarının kısıtlılığı, kişi başına düşen alan miktarının azlığı, Covid-19 pandemisinin taşıdığı riskin henüz tam olarak geçmemiş olması gibi sınırlayıcı

nedenlerden ötürü anketler, açılıştaki yoğun kalabalığın azalması sonrasında uygulamaya konulabilmiştir.

Verilerin analizi, veri toplama aracının yapısı gereği nitel ifadelerin kodlanması sonucunda frekans değerlerinin belirlenmesi ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde ise sayısal ve oransal değerler kullanılmıştır.

Sosyal Medya Hesaplarındaki Paylaşımların Beğeni Sayısı: Yukarıdaki veri toplama araçlarının yanı sıra, sergiye ait videolar, afiş ve görseller, Bayburt Belediyesi kurumsal sosyal medya sayfasından (BBSMH) izlenmiştir. Bu izlenimlerdeki beğeni, yorum ve paylaşım sayıları bulgularda verilmiştir.

Görüşme Formu: Ayrıca araştırmacılarla eham ustası olan Sevim ATANER ile eham dokumacılığının tanıtımı kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerin neler olduğu ve gençlerin eham dokumacılığına olan ilgilerini belirlemeye yönelik bir görüşme yapılmıştır. Beş adet sorudan oluşan görüşme formundan edinilen bilgi ve izlenimler, bulgularda betimsel olarak sunulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket ve görüşme formuna ilişkin olarak Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonundan 17.05.2023 tarih ve 05 sayılı kararıyla izin alınmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Ziyaretçilerin Görüşlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde "Ehrama Dokunuşlar" sergisine ilişkin ziyaretçi görüşlerinden derlenen verilere dayalı bulgular ele alınmıştır. Ziyaretçilerin sergiye ve sergideki tasarımlara ilişkin görüşleri Tablo 1'de verilmiştir.

Ziyaretçilerin tamamına yakın bir oranı sergide yer alan tasarımları beğenmişlerdir. Beğeni oranının yüksek olması, moda ürün geliştirme alanında çalışan akademisyenlerin Eham odaklı tasarımlarının sergiyi ziyaret edenlerin beklemedikleri tasarım değerini karşıladığının bir göstergesi olarak yorumlanmıştır.

Bir ürünün tasarım değeri sembolik değerler ve fonksiyonel değerlerden oluşur (Thoren,1994, 390). Özellikle yerel ve geleneksel unsurların bir arada toplandığı değerler "Ehram'a Dokunuşlar" sergisindeki her üründe ziyaretçilere aynı perspektiften ayrı ayrı mesajlar vermiştir. Bu mesajlarda, tarih, toplumsal iletişim, paylaşım, inanç, yaşayış gibi yerel kültür öğeleri işlenmiştir. Aktarılan her değer, geçmişin geleneksel ruhunun günümüz moda eğilimleriyle birleştirilerek tasarım kültürüne yansımaları ve ülkenin tasarım imajı oluşturulmasına katkı sağlaması hedeflenmiştir.

Görüşler		Seçenekler	Sayı (%)
Tasarımların beğenilme durumu		Evet	51 (98,0)
		Kısmen	1 (2,0)
FİZİKİ SERGİ	Tanımlayıcı ifadeler	Güzel	40 (76,9)
		Yaratıcı	35 (67,3)
		Şık	16 (30,7)
		İlginç	10 (20,8)
		Sıra dışı	6 (11,5)
		Giyilebilir	46 (88,4)
		Satın alınabilir	45 (86,5)
SANAL DEFİLE	Tanımlayıcı ifadeler	Güzel	19 (36,5)
		Farklı	6 (11,5)
	Beklentiler	Biraz daha uzun olabilirdi	7 (13,5)
		Daha fazla kişiye ulaşılabilir	10 (19,2)
Geleceğe İlişkin Düşünceler	Ehram dokumacılığına ve ekonomisine katkısına inanma	Evet	48 (92,3)
		Kısmen/Belki	4 (7,7)
	Farklı ürünlerin tasarımı ve üretiminde kullanılabileceği düşüncesi	Evet	48 (92,3)
		Kısmen/Belki	4 (7,7)
Serginin tekrarlanması isteği		Evet	51 (98,0)
		Belki	1 (2,0)

n:52

Tablo 1: Ziyaretçilerin sergiye ve sergideki tasarımlara ilişkin görüşleri

Sergiyi görmeye gelenlerin kültürlerine ait bir unsur olan Ehramın giysi-aksesuar ve tekstil gibi farklı tasarım alanlarında kullanılmış olmasını görmeleri, beğenmelerindeki başlıca neden olarak ifade edilmiştir. Sergi izleyicilerinin çoğunluğu, geleneksel değerlerin günümüz eğilimleri ile buluşturulmasını pozitif bir yaklaşımla karşılamış, kültürün geleceğe aktarımında önemli bir adım olarak gördüklerini ifade etmişlerdir.

Görüşler incelendiğinde; tasarımları ziyaretçilerin %88,4'ünün giyilebilir, % 86,5'inin satın alınabilir, %76,9'unun güzel, %67,3'ünün ise yaratıcı buldukları görülmektedir. Ulaşılan bu oranlar, sergide yer alan tasarımların moda ürün bazında üretilebilirliği ve satılabilirliği konusunda pozitif bir yönelimi işaret etmiştir.

Ekonomi bilimindeki genel geçer kurallara göre endüstriyel gelişme sürekli olmalı, rekabetçi kalmalı ve değişen insan ihtiyaçlarını karşılamalıdır. Özellikle, imalat ve hizmet sektörleri hem bilgi ve yaratıcı ekonomiler içinde dönüşüm arayışında hem de kültürel ekonomi bağlamında ortaya çıkan kültürel endüstrilerdir. Son yıllarda, kültürel ve yaratıcı endüstrilerin önemi giderek daha fazla artmaktadır (Imperiale, Fasiello, Adamo, S. 2021; Štreimikienė,

Kačerauskas, 2020). Taşhan'da fiziksel olarak gerçekleşen serginin dışında, geleceğin iş süreçlerinin sanal ortamda şekilleneceği gerçeği dikkate alınarak bir de sanal defile hazırlanmıştır. Geçmiş ile günümüz, günümüz ile gelecek arasında bağ kurmak amacıyla hazırlanan "Ehrama Modern Dokunuşlar" isimli sanal defile dev ekran aracılığıyla izleyenlerin beğenisine sunulmuştur.

Böylece uluslararası düzeyde teknolojik tabanlı bir çalışma ile geleneksel Bayburt Ehramından güncel bir koleksiyon hazırlanmış; çevrimiçi bir üretim sisteminde de yerel unsurların kullanılabileceğine belki de ilk denilebilecek bir örnek oluşturulmuştur. Sanal defile videosu, Bayburt Belediyesi Resmi Sosyal Medya hesabı üzerinden de izlenebilmektedir.

"Ehrama Modern Dokunuşlar" başlığı altında hazırlanan sanal defile hakkındaki görüşlerin yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde, ziyaretçilerin sergiyi %36,5'inin güzel, %11,5'inin farklı buldukları görülmektedir. Görüş bildirenlerin yaklaşık beşte biri, sanal defile ile daha fazla kişiye ulaşabileceğini ve geliştirilerek tekrar edilmesinin tüketici ve üreticiler açısından faydalı olacağını da ifade etmişlerdir.

Ziyaretçilerin tamamına yakını (51 kişi- %98) serginin tekrar edilmesini istemişlerdir. Bu sayı ve oran, serginin hedeflenen amaca ulaştığının göstergesidir.

Sergideki eserlerin, Bayburt Belediyesi, Valiliği ve Üniversitesi desteğiyle yörede faaliyet gösteren Ehram dokumacılığına, Bayburt Kadınlar Kooperatifindeki üreticilerin ve çevrenin ekonomisine katkı sağlayacağına ilişkin olumlu dönütler alınmıştır.

Katılımcıların %92,3'ü, sergideki çalışmaların Ehram dokumacıları ve bu konudaki üreticilerin ekonomisine pozitif yönlü katkı sağlayacağını ve farklı ürünlerin tasarımı ve üretiminde kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Katılımcıların % 7,7'si ise kısmen/belki yönünde görüş bildirmişlerdir.

Ziyaretçilerin ehramın kullanılabileceği alanlara ilişkin önerileri Tablo 2'de verilmiştir.

Ürün Geliştirme Alanları	Ürün türleri	Sayı (%)
Giysi	Yelek	2 (4,1)
	Ceket	3 (6,2)
	Gelinlik	2 (4,1)
	Erkek Giyimi	6 (12,5)
Toplam		13 (26,9)
Hediyelik eşya ve aksesuar	Çanta- Cüzdan	6 (12,5)
	Hediyelik Obje	6 (12,5)
	Ayakkabı-Terlik	6 (12,5)
	Takı	6 (12,5)
	Atkı-Şapka-Kravat	5 (10,3)
Toplam		29 (60,2)
Ev tekstili ve mobilya	Mobilya	10 (20,8)
	Ev Tekstili	9 (18,7)
Toplam		19 (39,5)
Fikrim yok		2 (4,1)

n:52

Tablo 2: Ehramın kullanılabilirliği alanlara ilişkin ziyaretçi önerileri

Örneklemin %60,2'si hediyelik eşya ve aksesuarda, % 39,5'i ev tekstili ve mobilya alanında, % 26,9'u ise giyside, ehram dokumasının kullanılabilirliğine ilişkin görüş bildirmişlerdir.

Tablo 3'te, serginin öğrenildiği haber kaynağına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Serginin Haber Kaynağı	Sayı (%)
Belediyenin Kurumsal Web Sayfası	27 (51,9)
Sosyal medya	8 (15,4)
Davetiye/Arkadaştan/Yakından	8 (15,4)
Basından	6 (11,5)
Dede Korkut Şenlik Kataloğu	3 (5,8)

n:52

Tablo 3. Serginin öğrenildiği haber kaynağı

Serginin öğrenildiği haber kaynağına ilişkin bulguların ter aldığı Tablo 3 incelendiğinde, örneklemin %51,9'unun Bayburt Belediyesi'nin kurumsal web sayfasından, %15,4'ünün sosyal medya üzerinden ve arkadaşlardan, %11,5'inin ise basından haber aldıklarını belirttikleri görülmektedir. Bulgular, serginin öncelikli olarak Bayburt Belediyesi'nin kurumsal web sitesinden haber alındığına işaret etmekte olup günümüzde internet tabanlı yazılı ve görsel sosyal medyanın, sanat faaliyetlerinin duyurulmasında yaygınlığını teyit etmektedir.

Dijital bilgi ve haber kaynaklarının giderek yaygınlaştığı, özellikle genç nüfus tarafından çoğunlukla kullanıldığı; üretilen bilgilerin çok küçük bir miktarı basılı ortamda saklandığı bilinmektedir (Lyman ve

Varian, 2000). İnternet ortamı yeni iletişim biçimleri günümüzü ve geleceği yönlendirmeye devam edecektir. Nitekim bu sergiyi ziyaret edenlerin yaklaşık %67'sinin Bayburt Belediyesi'nin resmi web sayfasını ve sosyal medya hesabını haber kaynağı olarak belirtmeleri internetin bu tarz duyurulardaki etkinliğini Bayburt örneğinde göstermektedir.

Görsel 3'de görülen Bayburt Belediyesi resmi sosyal medya hesabı üzerinden duyurulan ve araştırmacıların bireysel sosyal medya hesabından da paylaşılan afişini, 108 kişi görmüş, 3 kişi paylaşmış, 3 kişi de yorum yapmıştır.

Yerel bir haber muhabirinin çekmiş olduğu fiziki serginin iki ayrı videosunu toplamda 130 kişi izlemiş, 19 kişi yorumlamış, 3 kişi de paylaşmıştır. Bayburt Belediyesi Resmi Sosyal Medya Hesabında yayımlanan "Ehrama Modern Dokunuşlar Sergisi/Defilesi" videosu, 5 Ağustos 2022 tarihi itibarıyla, 848 kez izlenmiş, 27 beğeni almıştır. Bu sayı, açık kaldığı günlerde sergiyi ziyarete gelenlerden daha fazladır.



Görsel 3: Google Arama motoru üzerinden Bayburt Belediyesi Resmi Sosyal Medya Hesabında yayımlanan Afiş ve Sanat Serginin Beğenilme Sayıları

Bulgular, kültürel, sanatsal ve tasarım nitelikli faaliyetlerin yerel resmi kurum siteleri üzerinden yayımlanmasının ziyaretçilere hızlı ulaşım hatta katılımın özendirilmesi açısından faydalı olduğuna işaret etmektedir. Buna ilave olarak yapılacak etkinliklerin kurumsal sosyal medya üzerinden yayılmasının güvenli bilgiye ulaşımı açısından da önemine dikkat çekmektedir.

3.2. Ehram Dokuma Ustası İle Görüşmeye İlişkin Bulgular

Ehram sergisinin kumaşlarının dokunmasından sorumlu/uygulayıcı olarak görev alan ve Bayburt'ta

Ehram dokumacılığı konusunda köklü deneyime sahip Sevim Ataner ile araştırmacılar tarafından görüşme yapılmıştır. Görüşmede, yerel dokumanın geleceği, yapılan uygulama ve projeler, genç neslin ehram dokuma kültürüne ilişkin farkındalık-gönüllülük- çalışma isteği üzerinde durulmuştur.

Bu görüşmeden edinilen izlenim ve aktarılanlara göre; üretilen ehramların genellikle tarihi temalı televizyon dizilerindeki kostümlerde, organize edilen tasarım yarışmaları ya da projelerde kullanıldığı, yaygınlaştırma amaçlı seri üretim ve ticari koleksiyonlarda kullanımının sınırlı sayıdaki üretimlerde bulunduğu belirlenmiştir. Yapılan bu işbirliğinin ve serginin, ehramın hem tanıtımına hem de kullanım olanağı daha geniş tasarım niteliği yüksek, üretilebilir ve satılabilir farklı ürün yelpazesine dikkat çekmesi bakımından önemli olduğu gözlenmiştir.

Bayburt Ehramı'nın yerel olarak kadın kooperatifi, Bayburt Belediyesi ve Bayburt Üniversitesi desteğindeki atölyelerde farklı ürünlere yönelik olarak gerçekleştirilmekte ve satışa sunulmakta olduğu görülmüştür. Ancak gençlerin ehram dokumacılığına eskisi kadar ilgi göstermediği ifade edilmiştir. Bu konuda farkındalık ve istihdam olanaklarına yönelik projelerin artarak devam ettirilmesine duyulan ihtiyaç dile getirilmiştir.

"Yerel Ürünlerde Retro Pazarlama: Bayburt Ehramı Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma" başlıklı tez sonuçları da bu gerekliliğe işaret etmiştir (Hacıoğlu, 2019). Öz, Çakmak ve Çeğindir (2022), kadın giysi tasarımı örneğinde "küresel düşün yerel hareket et" stratejisi kapsamında ehram kumaşından hazırladıkları ürünlerle üretimde nasıl sürdürülebilir tasarım stratejileri benimsenebileceğine dikkat çekmişlerdir.

4. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, ziyaretçi görüşlerine dayalı olarak Ehrama Dokunuşlar Sergisi'nin değerlendirilmesidir. Bu amaçla sergideki tasarımların, tüketicisi olma potansiyeli bulunan bireylerce kabul görüp görmeyeceği hakkında bir kanaat oluşturulmaya çalışılmıştır. Böylece ehrama yönelik gelecekteki tasarım faaliyetlerine bir yön belirlemesi hedeflenmiştir.

Veri toplama araçlarından elde edilen bulgulara göre; Ehrama Dokunuşlar Sergisi ve başlığın altındaki alt etkinlikler, gerek fiziki sergi ziyaretçilerinin neredeyse tamamına yakından gerekse Bayburt Belediyesi'nin resmi sosyal medya hesabını takip edenler tarafından beğeni almıştır.

Sergideki alt etkinliklerin tasarımcıların kendi kişisel sayfaları üzerinden de paylaşılmış ve Bayburt Belediyesi'nin resmi sosyal medya hesabında ulaşılan sayılara yakın oranlarda beğeni almıştır.

Veri toplama aracı dışında araştırmacıların sergi düzenleme süreçlerinde mülki idare amirleri, esnaf, iş insanı, girişimci gibi davetli konuklarla birebir iletişimleri

olmuştur. Bu sayede ziyaretçilerin bir kısmının sergideki pek çok tasarım hakkındaki görüş ve değerlendirmelerini ilk ağızdan alma fırsatı bulunmuştur. Açılışın yoğunluğu nedeniyle protokol mensuplarının sergi sürecindeki izlenimleri özetle şu şekilde sıralanabilir:

İlk beğenilen konu geleneksel Bayburt Ehram Dokuma ve kullanma kültürüne yönelik bir farkındalık oluşturulmasıdır. Bir başka konu, Türkiye çapındaki akademisyen tasarımcılarla oluşturulan grubun, geniş katımlı bir etkinliğe destek vermiş olmalarıdır. Diğer beğeni alan konu; etkinlik içindeki her bir alt etkinliğin (fiziki sergi, sanal defile, kişisel defile, dekoratif eşya ve tekstil baskı atölye çalışmaları) yöre halkı, yöre dışı/yurt dışı ziyaretçilere eğlenceli ve üst düzey bir tasarım ortamı oluşturması; ziyaretçilere kültürel yönü zengin bir deneyimin yaşatılmasıdır.

Ehram dokumasından hazırlanması beklenen ürünlerin başında hediyelik eşya ve aksesuar tasarlanması gelmiştir. Bu sayı ve oranda hediyelik eşya-aksesuara yönelik ticarileştirilme düşüncesinin; bu ürün gruplarının üretim/pazarlama/satış potansiyelinin etkili olduğu varsayılmıştır. Buna ilaveten, Doç. Çimen Bayburtlunun, Taşhan'da bu sergiye eş anlamlı açmış olduğu kişisel sergisinde yer alan ve Bayburt Ehramı'ndan tasarlanan obje, takı ve aksesuarların başarılı bir şekilde yorumlanmasının da katkısı olduğu düşünülmektedir. Yine Prof. Dr. H. Sinem Şanlı tarafından yürütülen baskı atölyesi çalışmalarının da aksesuar beklentisi üzerinde etkili olduğu görüşünü desteklemektedir. Bir diğer neden; ehram dokumasının ana malzemesinin yün olması, doku ve tuşesinin kısmen sert oluşu hediyelik eşya, aksesuar ve ev tekstilinde daha kullanışlı olacağını gösteren özelliklerdir. Çeğindir, Kuru ve Çoruh (2012), Bayburt Ehram dokumasının rekabet edilebilir ürün özelliğini artırmaya yönelik farklı kategoride iki kadın ceketini üretimi ile endüstriyel ürün geliştirmeye örnekler hazırlamışlardır. Bu çalışmada da kumaşın sert tuşesinin kullanım açısından sınırlılıklar yarattığı gözlenmiştir.

Açık olduğu günlerin sınırlı olmasına bağlı olarak "Ehrama Dokunuşlar" fiziki sergisini kesin olmamakla beraber tahminlere göre 150 ile 200 arasında kişinin ziyaret ettiği düşünülmektedir. Fakat fiziki sergi sonrası, Bayburt Belediyesi'nin resmi sosyal medya hesabına yüklenen "Ehrama Modern Dokunuşlar" sanal defilenin izlenme sayısı, fiziki sergiye oranla çok daha fazladır. Sanal defilenin 848 kez gibi bir sayı ile izlenmesi, sürdürülebilir bir kültürel miras farkındalığının oluşturulması, yaygınlaştırılması, yönetimi ve pazarlanması için sosyal medyanın gücünün bir göstergesi olmuştur. Birçok konu, sosyal medya üzerinden şekillenmektedir. Gelecekteki tanıtım, yaygınlaştırma, pazarlama ve tutundurma gibi faaliyetlerin bu platformlardan yürütülmesinin faydalı olacağı açıktır.

Ehram dokuma ustası Ataner ile yapılan görüşme de dokumadan üretilen koleksiyonların yöreyi tanıtacak ve ticarileştirilebilecek üretimlere ihtiyaç duyduğu, ehram dokuma işlemini, gençlerin meslek olarak

görmesini sağlayacak projelerin artırılmasının önemli olduğu belirlenmiştir.

Baksı Müzesi için 2020 yılında ehram kullanarak kapsül bir koleksiyon hazırlayan Hatice Gökçe, 2022 sonbahar kış koleksiyonunda da ehramı kullanmıştır (Elmalı, 2021). Bunun gibi ticari pazarlama yönü güçlü tasarımcılarla beraber planlanacak yeni projelerin, ehram dokuma ve kullanım kültürünün geleceğe aktarılması için önemli bir rol üstlenecektir.

KAYNAKÇA / BIBLIOGRAPHY

- BBSMH: Bayburt Belediyesi Kurumsal Sosyal Medya Hesabı:
https://www.facebook.com/bayburtbelediyesi/?locale=tr_TR
- Çeğindir N.Y., Kuru, S. ve E. Çoruh. (2012) "Örtünmeden Giyinmeye Ehlam Dokuması İle Moda Tasarımı Alanına İnovatif Yolculuk "Ürün Geliştirme Örneği". Bugün Eski Zaman 1. Uluslararası Yöresel Bez Kongresi. 27-28 Eylül 2012. Marmara Üniversitesi. İstanbul/Türkiye.
- Çeğindir, N., Erol, Ş., Pamuk, B. (2022). Kültürel Mirasın Yaşatılması Kapsamında Bir Sergi Hikayesi: "Ehlam'a Dokunuşlar", Güzel Sanatlarda Farklı Bakışlar, December, Lyon France.
- Ehlam modası, Avrupa'yı da sardı. (2011). Bayburt Postası.
<https://www.bayburtpostasi.com.tr/kultur-sanat/ehlam-modasiavrupayi-da-sardi-h3123.html> adresinden alındı. (Erişim Tarihi: 10.06.2023)
- Ehlam Uluslararası Sahnede (2022). Erzurum Zirve 2000.
<http://www.zirve2000.com/ehlam-uluslararasi-sahnede/> adresinden alındı. (Erişim Tarihi: 10.06.2023)
- Ehlama Dokunuşlar Davetli Öğretim Elemanları Karma Sergi Kataloğu, (2022). Bayburt, <https://heyzine.com/flip-book/324e68578a.html> (Erişim Tarihi: 10.06.2023)
- Elmalı, K. (2021, 04 16). Hatice Gökçe'den "Yenidoğan" Koleksiyonu.
<https://www.trendus.com/fotohaber/hatice-gokcedenyenidoğan-koleksiyonu-44676> adresinden alındı. (Erişim Tarihi: 20.05.2023)
- Emir, Dursun Ali, (2005). Bayburt'ta Ehlam. T.C. Bayburt Valiliği İl Özel İdaresi AİPP Yeni Fırsatlar Programı Ehlam Dokumacılığı ve Yeni Fonksiyonlar Kazandırılması Projesi. İstanbul.
- Hacıoğlu, N. (2019). Yerel Ürünlerde Retro Pazarlama: Bayburt Ehlamı Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma. Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Bayburt.
- Harper Bazaar, (29.06.2022). Osmanlı Saraylarında Kullanılan "Kutnu" Dior Podyumuna Çıktı.
<https://www.harperbazaar.com.tr/moda/2022/06/29/osmanli-saraylarinda-kullanilan-kutnu-dior-podyumuna-cikti> adresinden alındı. (Erişim Tarihi: 20.05.2023)
- Imperiale, F.; Fasiello, R.; Adamo, S. (2021). Sustainability Determinants of Cultural and Creative Industries in Peripheral Areas. *J. Risk Financ. Manag.* 2021, 14, 438.
- Karasar, N. (2014). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lyman, P. ve Varian, H. R. (2000). How much information? 2000.
<http://www2.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info/> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 24.01.2023)
- N-Life Haberleri (29 05 2022), "Fransız moda devi Dior, Osmanlı padişahlarının kullandığı değerli kumaşı Paris Moda Haftası'na taşıdı", https://www.ntv.com.tr/galeri/n-life/moda-ve-guzellik/fransiz-moda-devi-dior-osmanli-padisahlarinin-kullandigi-degerli-kumasi-paris-moda-haftasina-tasidi,iuXGWyegfUy_LtEXghWm_Q/w3xXg2AvbE-VMweGYILNPQ (Erişim Tarihi: 10.06.2023)
- Öz, C., Çakmak, Ş., Çeğindir, N. (2022). Sürdürülebilirlik Yaklaşımıyla Geleneksel Bayburt Ehlamının Güncel Kadın Giysilerinde Deneyimlenmesi, Türk Dünyasında Kadın ve Moda Sempozyumu, TÜRKSOY Etno- Moda Haftası Etkinlikleri, 5-6 Ekim, Bursa.
- Sustainability Success: Eco Linig & Technology Blog: (<https://sustainability-success.com>).
- SOKÜM, (2023) Somut Olmayan Kültürel Miras Enstitüsü, (<http://www.sokumenstitusu.org.tr/>).
- Štreimikienė, D.; Kačerauskas, T. (2020). The creative economy and sustainable development: The Baltic States. *Sustain. Dev.* 28, 1632-1641

Büşra Gündüz ÇOBAN

İstanbul Rumeli Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim
Enstitüsü /İş Sağlığı Ve Güvenliği Yüksek Lisans
bsrgndzcbn@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6368-1478>



**Velayeti Annede Bulunan Çocuk ile
Baba Arasında Kişisel İlişkinin
Sağlanmadığı Hallerde Çocuğun Üstün
Yararı Açısından Soyadı**

*Surname for the Best Interest of the
Child in Cases of No Personal
Relationship Between the Child and the
Non-custodial Parent After Divorce*

Makale Kategorisi (Görüş Makalesi / Opinion Article)

Geliş Tarihi / The Date of Received: 15.04.2023

Kabul Tarihi / The Date of Accepted: 17.05.2023

Yayın Tarihi / The Date of Published: 28.07.2023

Atıf / Citation

Çoban B.G. (2023). Velayeti Annede Bulunan Çocuk ile Baba Arasında Kişisel İlişkinin Sağlanmadığı Hallerde Çocuğun Üstün Yararı Açısından Soyadı, Yeni Fikir Dergisi, 15 (30), 49-59

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1283849

Çoban B.G. (2023). Surname for the Best Interest of the Child in Cases of No Personal Relationship Between the Child and the Non-custodial Parent After Divorce, The Journal of Yeni Fikir, 15 (30), 49-59

DOI: 10.57205/yenifikirjournal.1283849

Bu makalede intihal programıyla benzerlik raporu alınmıştır.
In this article, a similarity report with the plagiarism program was received.

Velayeti Annede Bulunan Çocuk ile Baba Arasında Kişisel İlişkinin Sağlanmadığı Hallerde Çocuğun Üstün Yararı Açısından Soyadı

Öz

Ad kişileri birbirinden ayırmak için işaret olarak da tabir edilebilecek kişilik hakkının bir parçasıdır. Soyad; aile adı ifadesi anlamına gelmektedir. Soyadı kavramı Türk hukukunda soy bağı ilişkisi ile tanımlanmıştır. Soyadı kazanımları ayrıca evlenme sözleşmesi, evlat edinme, mahkeme kararı ve ayrıca günümüzde idari makamlarca sağlanan başvurular aracılığıyla da yapılabilmektedir. Çalışmamızın ana konusu olan aile birliği içerisinde doğmuş olan bir çocuğun boşanma sonrası velayetin anneye bırakılması ve babanın kişisel ilişki kurma hakkından kaçınarak çocuğun baba ile ilişkisinin sağlanamadığı hallerde üstün yararı açısından annenin soyadını alma hakkının çocuk ve anne açısından incelemektir.

Anahtar kelimeler: Soyad, Çocuk, Boşanma, Velayet, Kişisel İlişki

Surname for the Best Interest of the Child in Cases of No Personal Relationship Between the Child and the Non-custodial Parent After Divorce

Abstract

Name is a personality right that can also be defined as a sign to distinguish people from each other. Surname; means family name expression. The concept of surname is defined in Turkish law with the relation of lineage. Surname acquisitions can also be made through marriage contract, adoption, court mediation and also through applications submitted by administrative authorities today. The main subject of our study is to examine the mother's right to take the surname of the mother in terms of the best interests of the child, who was born in a family union, after the divorce, leaving the custody to the mother and avoiding the father's right to establish a personal relationship, and in cases where the child's relationship with the father cannot be achieved.

Keywords: Surname, Child, Divorce, Custody, Personal Relationship

1. GİRİŞ

Çalışmamız boşanma sonrası velayeti anneye verilmiş olan çocuğun kişisel ilişki kurma hakkı tanınmış olan diğer ebeveynin (baba) diğer ebeveynin velayet görevini yerine getirmeyip kanun kapsamında biyolojik baba olarak psikolojik baba görevini de üstlenmemesi halinde çocuğun üstün yararı açısından soyadının tekrar düzenlenmesini kanun, emsal kararlar ve Anayasa Mahkemesi kararları ışığında değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Hem annenin hem de çocuğun karşılaşacağı psikolojik sorunlar ve toplumsal baskılar açısından problem teşkil edebilecek olan boşanma halinde çocuğun soyadının düzenlenmesine ilişkin bir kanunun bulunmaması doktrinde farklı görüşlere sebebiyet verebilmektedir.

2. VELAYET, KİŞİSEL İLİŞKİ VE ÇOCUĞUN ÜSTÜN YARARI KAVRAMI

2.1. Velayet Kavramı

2.1.1. Genel Olarak Tanımı

Etimolojik olarak Arapça kökenden gelen velayet, kelime anlamı olarak velilik, otorite, yetki anlamlarına gelmektedir. Özü itibarıyla velayet, çocuğun yararının korunması amacıyla ebeveynlerin sahip olduğu hak ve yükümlülükler olarak ifade edildiğinden çift yönlü olduğu kabul edilmektedir (Akıntürk ve Ateş, 2016:407; Baygın, 2010: 259; Karaca,2016: 23). 4721 Sayılı Türk Medeni Kanun'unun içeriğinde her ne kadar velayetin tanımına yer verilmemişse de doktrin kapsamında velayet, on sekiz yaşını doldurmamış küçüklerin veya bazı istisnai hallerde ergin ancak kısıtlanmış olan çocukların, üstün yararının sağlanması, şahıs ve mal varlıklarının korunması ve bunların temsil edilmesi amacıyla, anne ve/veya babaya tanınan hak, yetki ve ödevlerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Oğuzman ve Dural, 1998: 272; Tekinay, 1984: 497 ;Feyzioğlu,1978: 503; Akıntürk ve Ateş ,2016:406).

Konuya ilişkin bir Yargıtay kararında ise velayetle ilgili şu ifadelere yer verilmektedir: "...Velâyet; ana veya babanın, ergin olmayan çocuklarının veya kısıtlanmış ergin çocuklarının kişi varlığına, malvarlığına ve bu iki husus hakkında onları temsiline ilişkin sahip oldukları hakların ve yükümlülüklerin bütününe denir. Velâyet, çocuk ergin oluncaya kadar onunla ilgili alınması zorunlu kararları alma hususunda veliye sorumluluk yükler ve onları yetkili kılar. Bu bakımdan modern hukukta velâyet, bir hak olduğu kadar aslında çocuğun üstün yararının sağlanması bakımından yetki ve sorumluluk da içerdiğinden, hak ve yükümlülüklerin toplamı olarak kabul edilmektedir"¹

Velayet, kanundan doğan, çocuğun üstün yararı ve katılım hakkıyla sınırlandırılmış bir haktır. Öyle ki, hak

ve yükümlülük ögesi adeta birbiri içine geçtiğinden birbirinden ayrı düşünülemez (Rona,2017:250).

Anne ve babanın velayet hakkı kapsamında sahip olduğu hak ve yükümlülüklerin temel amacı, çocuğun kendi ayakları üzerinde durabilen gerek kendisine gerekse de topluma faydalı, bilinçli birey olarak yetişmesini sağlamaktır Daha net bir ifadeyle velayet, anne baba için değil, çocuk için var olan bir haktır (Akyüz, 2021 :222-224; Serozan,2017:250).

Velayet, TMK'nın 336/1. maddesi² gereğince, evlilik birliği içerisinde anne ve baba tarafından birlikte kullanılacaktır. Evlilik dışı ilişkiler bakımından ise TMK'nın 337/1. Maddesi gereğince velayet, anneye aittir. Velayet hakkına sahip olabilmek için çocuğun biyolojik olarak anne ve babası olunması yeterli değildir; zira çocuk ile anne ve babası arasında soy bağı ilişkisinin tesis edilmesi gerekir (Erlüle,2019:141; Akyüz, 2021:222; Usta,2016:222). Hukukumuzda, anne ve baba ile çocuk arasında soy bağı ilişkisinin kurulması, farklı esaslara dayandırılmıştır. Buna göre, TMK'nın 282. maddesi gereğince anne ile çocuk arasındaki soy bağı doğumla kurulmaktadır³(Acarbey, vd.,2002:196-197;Baygın,2002: 256;Çelik, 2021:31).). Dolayısıyla çocuğun evlilik birliği içerisinde veya evlilik dışında doğmuş olması fark etmeksizin çocuğun doğum anına bağlı olarak kazanılan soy bağı kapsamında anne, velayet hakkına doğrudan sahip olmaktadır. Baba ile çocuk arasındaki soy bağı ise, çocuğun annesi ile evlenme, tanıma veya hâkim hükmüyle kurulmaktadır(TMK Madde: 282).

Velayetin toplum ve tüm dünya nezdinde ifade ettiği anlam zamanla değişime uğramıştır. Eski hukuk düzenlerinde velayet, aile reisinin çocuk üzerindeki sınırsız egemenlik hakkını ifade ederken günümüzde çocuğun üstün yararının esas alındığı ve çocuğun korunması amacıyla devlet gözetimi altında, ebeveynlerin bakım yükümüne dönüşmüştür. Bu dönüşümün nedeni, insan hakları ve bu kapsamda gelişen çocuk hakları alanında yaşanan gelişmeler sonucunda, çocuğun bir hak süjesi olarak kabul edilmesidir. Çocuğun bir hak süjesi olarak kabul edilmesinin sonucu olarak velayetin hukuki niteliği sorgulanmaya başlanmıştır.

2.1.2. Velayetin Kapsamı

Velayetin kapsamı belirlenirken öncelikle çocuk kavramının içeriğinin değerlendirilmesi ve devamında ikili bir ayırım yapmak gerekmektedir.

4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nda tanımı yapılmamış olmakla birlikte m.11'e göre erginliğin on sekiz yaşın doldurulmasıyla kazanılacağı belirtilmiştir. Aynı kanunda erginliğin on sekiz yaşını doldurmadan kazanıldığı istisnai haller düzenlenmiş olup 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu- m.3'e göre erginlik yaşı önemli

¹ İlgili Yargıtay kararı için bkz: 2.HD, T. 31.05.2021, Es. 2021/2572, K. 2021/4104

² Kanun metni için bkz:

(<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4721.pdf>)

Erişim Tarihi:

25.11.2022

³ İlgili Yargıtay Kararı için bkz: 2. HD, 17.07.2002 T. 2002/8723 Es. 2002/9571 K..

olmaksızın on sekiz yaşını doldurmayan kişi çocuk kabul edilmiştir. Böylece on sekiz yaşın doldurulmamış olması şartıyla kişi daha önceden ergin kılınsa dahi kişi çocuk kabul edilecektir (Erlüle,2019:37). 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu 6/1/b maddesinde çocuğun tanımına yer verilerek on sekiz yaşını doldurmamış kişinin çocuk olduğu belirtilmiştir⁴

Anne-babanın çocuğa karşı hak ve yükümlülükleri bulunmaktadır. Bunlardan ilk olarak çocuğun kişi varlığı, mali varlığı ve temsiline yönelik hak ve yükümlülükleri kapsamaktadır (Birinci, 2016:138;Serozan,2017:250). İkincisi ise çocuğun anne-babaya karşı hak ve yükümlülüklerini içermektedir bunlar ise temsil etme yetkisi ve söz dinleme yükümlülüğüdür.

Çalışmamızın konusu gereği velayet kapsamında olan çocuğun ad-soyad kavramını incelemekteyiz.

2.1.2.1. Çocuğun adı-soyadı

Evlilik birliği içinde doğan çocuğun adını, anne ve babası birlikte belirlemektedir (Usta,2016:263; Gençcan,2020:328; Serozan,2019:108). Her çocuğun bir isme sahip olma hakkı vardır. Bu sebeple anne ve babanın çocuklarına isim belirlemesi onlar için hem hak hem yükümlülüktür. Evlilik dışında doğan çocuklarda bunu belirleme yetkisi anneye ait olsa da çocuğun yararı sebebiyle babasının da görüşünün alınması gerektiği hususu tartışılmaktadır. TMK m. 339/5 uyarınca; “Çocuğun adını ana ve babası koyar.” Anne veya babadan biri ölmüşse çocuğun adını sağ kalan ebeveyn koymaktadır (Gençcan, 2020:329). Anne ve babanın her ikisi çocuğa isim koymadan önce ölmüşse, çocuğun adını vasi koymaktadır. Doğum sırasında anne ya da babadan biri sürekli olarak ayırt etme gücünden yoksun adını ayırt etme gücüne sahip olan anne veya baba koymaktadır. Çocuk ile baba arasında tanıma veya mahkeme kararı ile babalığa karar verilmesi şeklinde sonradan soy bağı kurulmuşsa, çocuğun öncesinde annesi tarafından konulan adında bir değişiklik olmamaktadır. Velayetin kaldırılmasına karar verilmişse veya kötü idare nedeniyle anne baba kısıtlanmış olsa dahi anne ve babanın ayırtım gücü varsa, çocuğun adını belirleme hakkına da sahiptirler. Evlat edinen, evlatlık küçükse ona yeni bir ad verebilir (TMK m. 314/3) ancak evlatlık erginse ona yeni bir ad verilmesi mümkün olmamaktadır (Gençcan, 2020:331).

Çocuğun adının belirlenmesinin velayet hakkı ile mutlak bir ilişkisi olmadığından velayet hakkına sahip

olmayan anne baba da çocuğun adını koyma hakkına sahiptir (Akyüz,2018:124;Gençcan, 2020:328). Bu konuda aksini ileri sürenler ve çocuğa isim koyma hakkının velayet hakkı ile bağlı bir hak olduğunu, bu hakkı sadece velayet hakkı kendisine ait olan anne ve babanın kullanabileceğini düşünenler de bulunmaktadır (Yücel, 2018: 76; Akıntürk2019:411).

Anayasa Mahkemesi'nin 2013/3434 başvuru numaralı 25/06/2015 tarihli kararı ile boşanma davası sonrasında velayeti anneye bırakılan çocuğun anne ile aynı soyada sahip olup olamayacağı hususu değerlendirilmiş, soyadının belirlenmesini velayet hakkı ile ilişkilendirmiştir (Aytaç,2017:1). Velayetin anneye bırakılması durumunda, velayeti kendisine bırakılan çocuğun soyadının, kendi kızlık soyadı ile değiştirilmesi istemine ilişkin değerlendirmelerde, Yargıtay bu durumun çocuğun yararına olup olmayacağı hususuna göre değerlendirilmesi gerektiğine yer vermiştir⁵. Velayet hakkına sahip anne, çocuğun soyadını kendi bekârlık soyadı ile değiştirilmesi istemini, velayet hakkına dayanarak talep etmektedir, hâlihazırda bu talebin aksine açıkça yasal bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu sebeple değerlendirme yapılırken çocuğun yararı gözetilerek hareket edilmelidir (Gençcan,2020: 348).

Bu kapsamda farklı görüşlerde mevcuttur. Türk hukukunda çocuğun soyadının velayet kapsamı dahilinde değil, soybağına bağlı olduğunu ve değişikliğini TMK-m.27 ye göre yapılması gerektiğini savunmuşlardır. Velayet kapsamında soyad değişikliği için velinin tek başına mahkemeye başvuramayacağını belirtmişlerdir (Oğuzman vd.,2016:125).

TMK m. 27 doktrinde haklı neden ölçüt olarak yer almaktadır. TMK m. 27/Y'de “Adın değiştirilmesi, ancak haklı nedenlere dayanılarak hâkimden istenebilir” hükmü yer almaktadır. Bu ifadeden yola çıkılacağı üzere kişi ad değişiminde haklı neden bildirmesi gerekmektedir. Bu ifade hem adı ve soyadı yönünden geçerli olmaktadır. Haklı neden kavramında kanun nezdinde herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır (Abik, 2005; Akipek vd.,2017; Işıntan, 2012; Öztan, 2015). Çocuğun soyadının değiştirilmesini gerektiren haklı sebep ile çocuğun soybağı yoluyla aldığı soyadını taşıma kuralıyla amaçlanan menfaat her bir somut olayda ayrıca değerlendirilmelidir (Dursun, 2022:581) Uygulama ve doktrinde adın ya da soyadının toplumda küçük düşürücü bir anlam taşıması ,yanlış yazılması ve karışıklığa sebebiyet vermesi haklı neden olarak

⁴ 15.07.2005 Tarih ve 25876 Sayılı RG.

⁵ Yargıtay 2. Hukuk Dairesi, 2020/2674 E. 2020/3825 K 16/09/2020 T. “...Çocuğun üstün yararı gereği anne hiçbir gerekçe göstermeden, sırf velayetin kendisinde olduğunu ileri sürerek çocuğa kendi kızlık soyadının verilmesini isteyemez. Anne tarafından çocuğun soyadının değiştirilmesi davası açıldığında çocuğun üstün yararına bakılır. Eğer çocuğun üstün yararı varsa annenin kızlık soyadı çocuğa verilebilir. Üstün yararı yoksa davanın reddine karar verilmelidir. Somut olayda velayet hakkına sahip davacı anne, davalı babanın çocuğa karşı ilgisiz olduğunu, çocuğun yaşamını annesi ile geçirdiğini, her türlü işini kendisinin yerine getirdiğini ve resmi işlemler ile çocuğun okul

hayatında bu durumun dezavantajını yaşayacağını ileri sürmüş, davacı tanıkları da davalı babanın çocuğuna ilgisiz olduğunu, çocuğu görmeye gelmediğini, çocuğun babayı görse tanımayacağını, okulda annesi ile soyadının farklı olması nedeniyle zorlandığını, öğretmenine evraklara soyadını annesinin soyadı olarak yazılmasını istediğini anlatmışlardır. Çocuğun soyadının annenin soyadı ile değiştirilmesi halinde üstün yararı bakımından ruhsal gelişiminin olumsuz etkileeneceği ileri sürülmediği gibi aksine çocuğun soyadının annenin soyadı ile değiştirilmesinde çocuğun üstün yararı bulunduğu anlaşılmaktadır...”

değerlendirilmektedir (Akipek, Akıntürk, Ateş Karaman, 2017; Dural ve Ögüz, 2017; Oğuzman, Seliçi ve Oktay-Özdemir, 2016)

2.2. Boşanma Sonrası Kişisel İlişki Kavramı

Boşanmanın kesinleşmesiyle birlikte evlilik birliği sona ermiş olur. Ancak ebeveynlik kavramının sona erme durumu söz konusu olmadığından velayetin bırakılmadığı taraf ebeveynlik yapma hak ve görevlerine engel değildir. Kişisel ilişki kurma kamu düzeni ile ilişkilendirilen bir kavram olmakla beraber TMK – m.182/f.1 lafzından anlaşılacağı üzere hakim tarafından re’sen düzenlenmesi gerekmektedir (Feyzioğlu, 1971: 297). Ancak hakim tarafından düzenlenen kişisel ilişki kurulması TMK- m.323 ‘e dayanarak velayete sahip olan taraf ya da kişisel ilişki kurma hakkına sahip olan ebeveyn tarafından tekrar düzenlenmesi, için yargı yolunu açmıştır (Yalçınkaya, 1988:1856).⁶ Kişisel ilişki düzenlenirken çocuğa ve ebeveynlere ait ölçütler hakim tarafından baz alınmalıdır. Örneğin çocuğun ayırt etme gücünün olması halinde çocuğun görüşünün alınarak sonuçlarını da kavrayabileceğinden emin olunmalıdır. Çocuğun kişisel ilişkiyi reddi; diğer ebeveyn tarafından kendisi veya velayeti altında bulunan ebeveyninin şiddete maruz kalması, psikolojik ebeveyn rolünün üstlenilmemesi, çocuğun istismara uğraması, aralarında duygusal bir bağ bulunmaması gibi etkenler sebebi ile gerçekleşmiş olabilmektedir. Eğer çocuk ilişkiyi reddetmesi halinde çocuğun kişisel haklarının ihlaline sebep olacağından bu ilişkiye zorlanmamalıdır. Bunun yanı sıra çocuğun ruh - beden sağlığı açısından üstün yarar gözetileceğinden bir seyahat hali, eğitim durumu söz konusu olduğunda da dikkat edilmelidir.

Anne babaya ilişkin ölçütler ise çocuk ile aynı ülke/şehirde olup olmadığı, eğitim durumu, yaş ve sağlık unsuru, ahlak bakımından üstün yararını etkileyecek yaşam tarzları, karakteristik özellikleri de dikkate alınması gereken unsurlardır.

Kişisel ilişki günlerinin tatil günleri seçiminde doktrinde her hafta sonu kişisel ilişkinin sağlanmaması gerektiği aksi halde psikolojik olarak bu zaman diliminde kişisel ilişki kurduğu ebeveyne daha çok bağlanması ve velayete sahip olan ebeveyn ile uzaklaşmasına sebebiyet vereceği belirtilmektedir (Karaca,2015:101; Akyüz,2016:207). Bu durum velayete sahip olan tarafın çocukla ilgilenmesine engel olabileceği ve alıştığı ortamdan uzaklaşması ruh ve beden sağlığını olumsuz yönde etkileyebileceğini belirtmek gerekmektedir (Kılıçoğlu, 2017: 153; Gençcan, 206:925-926).

2.3. Çocukla Kişisel İlişki Kurmaktan Kaçınma

Hâkim, boşanma kararında ebeveyn ile çocuk arasındaki kişisel ilişkiyi düzenlemiş olmasına rağmen, kişisel ilişki kurma hakkına sahip olan ebeveyn veya çocuk kişisel ilişki kurmaktan kaçınabilmektedir. Doktrine göre, velayet sahibi olmayan ebeveyn, çocukla

kişisel ilişki kurmaktan sebepsiz yere kaçınırsa ve bu durum çocuğun kişilik haklarına zarar veriyorsa, cezai yaptırımlar uygulanabilecek ve TMK-m.24 gereğince çocuk manevi tazminat talep edebilecektir (Serozan,2019:20; Bilge,2015:1032). Ayrıca, çocuk ihmali TMK-m.324'te kişisel ilişkiye hak kazanılmasına esas olarak düzenlendiğinden, kişisel ilişki kurulması kararı görev gereği veya başvuru üzerine bozulabilmektedir.

Eğer çocuk ile kişisel ilişki kurma hakkına sahip olan ebeveyn arasında duygusal bir bağ bulunmuyor ise, hakka sahip olan ebeveyn kişisel ilişki kurma hakkını yerine getirmediğinde bu duygusal bağ kurulmasının mümkün olmayacağından, üvey anne veya üvey babanın psikolojik anne baba rolünü tam olarak üstlenmesi halinde çocuk kişisel ilişki kurma hakkı olan ebeveyne ihtiyaç duymayacaktır. Kişisel ilişki fiziki ve teknolojik olarak sorunsuz şekilde kurulamıyor olması çocuğun üstün yararını tehlikeye soktuğu anlamına gelmektedir (Akyüz,2016:218; Erlüle,2010:240).

2.4. Çocuğun Yararı İlkesi

Çocuğun menfaati hem TMK hem de Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşmesinde açıkça tanımlanmamaktadır. Uygulamada çocuğun istekleri ile başka kişilerin çocuk hakkında yararlı olduğunu düşündüğü şeyler arasında çatışma yaşandığında kavramın içeriğinin belirlenmesi zorlaşmaktadır.

İsviçre hukukunda çocuğun menfaati kavramının içeriğinin ne olduğunun belirlenmesi bakımından İsviçre Medeni Kanunu m. 302/I hükmüne atıfta bulunmaktadır. TMK m.340; anne ve babanın çocuğun fiziksel, ruhsal, akli, ahlaki ve toplumsal gelişimi sağlamak ve korumak görevi olduğunu ve imkânlarına göre çocuğu eğiteceklerini düzenlenerek İsviçre MK m. 302/I hükmünü örnek almıştır (İmamoğlu,2005:170).

Çocuğun ekonomik, sosyal, hukuki yararlarını da kapsayan kavram ile ifade edilmek istenen aslında temel bilimlerin verilerinin nazara alınarak **uygun** bir ortamda çocuğun iyi bir eğitim alarak, ilgi ve sorumlulukla yetiştirilerek, çocuğun kendi kararlarını alma yetisine sahip olması ve topluma uyum bilincinin kazandırılmasıdır (Brauchli,1982:128). Erginlik kazanana kadar fikirlerine önem verilmemiş olan çocuk erginlik kazandıktan sonra kendi kararlarını almak konusunda ciddi sıkıntılar yaşayacaktır ki bu durumda çocuğun menfaatiyle bağdaşmamaktadır. Velayet hakkı kullanılırken neyin çocuğun yararına hizmet edeceği diğer bir ifadeyle çocuğun yararı unsurunun somut hale gelmesinde anne ve baba öncelikle karar verme konumunda olup somut olayın özelliklerine göre belirleme yapılmalıdır (Erlüle,2019:258). Karar verici konumunda olan anne ve babanın bu yetkisi sınırsız olmayıp sınırını çocuğun üstün menfaati belirleyecektir. Bu yüzden kaynağını velayetten alan çocuğun temsil edilmesine, çocuğun mal varlığının harcanmasına ilişkin

⁶ Yarg.2.HD,2009/1216 E.,2009/6551K.,07.04.2009T. "Velayet kendisine verilen kişi de, çocuk ile öbür tarafın kişisel ilişkisinin

düzenlenmesini isteyebilir."(Çevrimiçi)www.lexpera.com.tr,E.T.02.11.2022.

haklar ancak çocuğun menfaati nazara alınarak kullanılabilir. Anne ve babanın çocuğa müdahale hakkının genişlemesi, çocuğun haklarının daralmasına neden olacağından çocuğun yararının tehlikeye girdiği anda anne ve babanın karar verme yetkisi sınırlanacaktır (Usta,2016:68). Çocuğun üstün menfaati tehlikeye düştüğü takdirde hâkim gerekli tedbirleri alacak olup bir nevi bu ilke hakime de anne ve babanın kararına müdahalede bulunması için haklı sebep teşkil edecektir⁷.

Türk Medeni Kanunu'nda "çocuğun menfaati" teriminin geçtiği tüm düzenlemelerden çocuğun üstün menfaatinin kastedildiği anlaşılmalıdır. Türk hukuk yargılamasında hâkimin takdirine bırakılmış olan üstün menfaat ilkesinin içeriği net olarak belirli olmadığı için uygulamada problem teşkil etmektedir (Özer Taşkın,2020:250).

Amerikan Hukuk sisteminde çocuğun üstün menfaati velayet davalarında dikkat edilen ilk kriterdir ve bazı eyaletlerde velayet saptanırken tek tek çocuğun yaşı, cinsiyeti, çocuğun ev-okul hayatı, ailesiyle ilişkisi, çocuğun istekleri, ebeveynlerin istekleri gibi kriterlerin değerlendirilmesi zorunludur (Ryznar,2017:211).

İngiltere ve Galler'deki mahkemelere göre çocuğun üstün menfaatinin belirlenmesinde en geniş ölçüde çocuğun esenlik ve mutluluğunun değerlendirilmesi gerektiği, çocuğun gelişimini ve yetişmesini ilgilendiren, çocuğun bir insan olarak şimdiki veya gelecekteki yaşamına etki edebilecek aile, toplumsal çevre, kültür dâhil olmak üzere tüm faktörler bu değerlendirmede önem arz etmekte olup, hâkim bütüncül olarak düşünerek bu ilkeyi uygulamalıdır⁸(Url-1).

Çocuğun üstün menfaati ilkesinin uygulanması sadece çocuğun yararına olmayıp toplum açısından da faydalı sonuçlar doğurmaktadır (Yıldız,2011:19).

⁷Bkz: YHGK, 2017/2-3117 E., 2018/1278 K., 27.6.2018 T. " Velayet düzenlenmesinde asıl olan çocukların yararını ve bu düzenlemede ana ve babanın yararı ile çocuğun yararı çatıştığı takdirde, çocuğun yararına üstünlük tanınması gerekir. "

⁸ <https://www.familylawhub.co.uk/default.aspx?i=ce2424> Er.T.28.11.2022)

⁹ Bkz: AİHM, Ünal Tekeli Kararı, B.N. 29865/96; T.16.11.2004 (Çevrimiçi) www.kazanci.com; <http://www.aihmiz.org.tr/?q=tr/content/tekeli-karari>,E.T.9.12.2022; Leventoğlu Abdulkadiroğlu ve Türkiye Kararı (B.N. 7971/07, T. 28.05.2013 (Çevrimiçi) www.kazanci.com;

<http://www.inhak.adalet.gov.tr/ara/karar/leventoglu.pdf>, E.T. 9.12.2022); Tuncer Güneş ve Türkiye Kararı (B.N. 26268/08, T.03.09.2013 (Çevrimiçi) www.kazanci.com; <http://inhak.adalet.gov.tr/ara/karar/gulizartuncergunes.pdf>, E.T. 9.12.2022.) ; Tanbay Tüten ve Türkiye Kararı (B.N. 38249/09, T.10.12.2013 (Çevrimiçi) www.kazanci.com; <http://www.inhak.adalet.gov.tr/ara/karar/tanbay.pdf>, E.T. 9.12.2022). TMK-m.187, somut norm denetimi ile Anayasa Mahkemesi'nin önüne iki kez gelmiştir ancak Anayasa Mahkemesi bu hükmün kadın-erkek eşitliğine ve Anayasaya aykırı olmadığına hükmetmiştir. Bkz: Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu, 1997/61 E., 1998/59 K., 29.09.1998 T.; Resmî Gazetenin Tarih-Sayısı: 15.11.2002-24937; Karar için bkz:

Toplumun en önemli unsuru olan çocuklar iyi yetiştiğçe toplum da kuvvetli temeller üzerine inşa olacaktır. Sosyal devlet ilkesinin gereği olarak zayıf ve korunmaya muhtaç olan çocuğa öncelik tanınması gerekmektedir. Dolayısıyla gerek doğrudan gerek dolaylı olarak çocuğun etkilenmesine sebebiyet verecek bütün kararlarda çocuğun üstün menfaati ilkesinin dikkate alınmalıdır.

3. BOŞANMA SONRASI VELAYETİ ANNEYE VERİLMİŞ OLAN ÇOCUĞUN ÜSTÜN YARARI AÇISINDAN SOYADI

3.1. Soyad Kavramı

Soyad kavramı hukukumuzda soy bağı ile tanımlandığını belirtmek yerinde olacaktır. TMK-m.321 kesin hükümler içermektedir (Aridemir,2011:737-742). TMK' ya göre aile tanımlanmış değildir. Ancak aynı kanunun 321. maddesi gereğince çocuğun aile soyundan alacağı belirtilmiştir. Ancak ilgili kasıt aynı soydan gelenleri, kapsamaktadır. Aynı soydan gelmemesine rağmen TMK-187 m.'de emredici nitelikte olup "kadın evlenmekle kocasının soyadını alır" hükmü ile kadına tercih hakkı bırakılmamıştır ve çocuk babasının soyadını almaktadır. Bu noktada herhangi bir eşitlik durumu söz konusu olmamakla birlikte ataerkil yapı ile soy baba üzerinden yürüdüğü görülmektedir (Özden,2015:51;Gülmelek,2015:48). Ancak kadın-erkek eşitliğine aykırılığı da eleştiri konusu olmaktan kaçmamıştır. Böylelikle Anayasa Mahkemesi 22/2/2023 tarihinde Anayasa'ya aykırılık nedeni ile [E.2022/155](https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/02/22/20230222155.pdf) numaralı dosyada, 187. maddesinin birinci cümlesinin iptaline karar vermiştir (Nomer,2002:2;Oktay Özdemir,2009:291). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin de bu hükmün kadın erkek eşitliğini ihlal ettiğine dair kararları da mevcuttur⁹. Bu sebepten dolayı

(Çevrimiçi)

[http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/8d95104c-3cad-4461-bae2-](http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/8d95104c-3cad-4461-bae2-a1b1a3b59dc8?excludeGerceke=False&wordsOnly=False)

[a1b1a3b59dc8?excludeGerceke=False&wordsOnly=False](http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/8d95104c-3cad-4461-bae2-a1b1a3b59dc8?excludeGerceke=False&wordsOnly=False), E.T.

9.12.2022; Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu, 2009/85 E.; K.

2011/49 K., 10.03.2011T.; Resmî Gazetenin Tarih-Sayısı:

21.10.2011-28091; Karar için bkz:

(Çevrimiçi) <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/10/20111021-8.htm>, E.T.20.02.2018. Ancak bireysel başvurularla önüne

gelen olaylarda Anayasa Mahkemesi'nin, TMK-m.187'nin

Anayasa-m.17'ye aykırı olduğunu ve Anayasa-m.90/İ.5

karşısında TMK-m.187'nin uygulanmaması gerektiğini

belirtmiş olduğu görülmektedir. Bkz:Sevim Akat Ekşi

Başvurusu (Anayasa Mahkemesi 1. Bölüm, B.N.2013/2187; B.T.:

21.03.2013; K.T.19.12.2013; Resmî Gazete Tarih-Sayısı:

07.01.2014-28875; Karar için bkz:

(Çevrimiçi) <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/01/20140107-8.pdf>, E.T. 9.12.2022. Benzer yönde bkz: Neşe Aslanbay

Akbiyık Başvurusu (Anayasa Mahkemesi 2.Bölüm, B.N.:

2014/5836; B.T.:29.04.2014;K.T.:16/4/2015; RG Tarihi-Sayısı:

11.07.2015-29413; Karar için bkz:

(Çevrimiçi) <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/07/20150711-25.pdf>, E.T.20.02.2018); Gülsim Genç Başvurusu (1.Bölüm,

B.N.: 2013/4439; B.T.: 17.06.2013; K.T.: 6/3/2014; RG Tarihi-

Sayısı: 25.04.2014-28982, Karar için bkz:

ilgili kanun maddesi olan TMK-187.m'si yeniden eşitlik ihlali olmadan düzenlenmesi gerekmektedir. Belirtilen iptalin eşitliğe aykırı olmasından kaynaklı, eşitliğin sağlanması ve evlilik bağı içerisinde doğacak olacak olan çocuğun bir karışıklık yaşamaması adına TMK -m.321 de yer alan "ailenin soyadı" kavramı ve TMK -m. 27 de adın değiştirilmesine ek madde ile soyad değişikliği de eklenebilir, her iki eşin kendi soyadlarını evlendikten sonra birlikte kullanabilmesi sağlanabilmelidir.

3.2. Boşanmanın Çocuğun Soyadına Etkisi: Velayetin Anneye Bırakılması

Boşanmanın kesinleşmesi halinde TMK-m.173 uyarınca anne eski soyadını tekrar kazanacaktır. Velayet ile çocuğun yasal temsil hakkının annede olması gerek günlük hayatta gerekse hukuki işlemler uygulandığında birer sorun oluşturacaktır. Bu sorun toplumsal bir sıkıntıya dönüşecek hem anneyi hem de çocuğun bir baskı altında kalmasına sebebiyet vermesi kaçınılmazdır (Süzel ve Kurtulan,2015:4). Bu hal anne ve çocuk arasında bir farklılık hali oluşturarak kurmuş oldukları duygusal bağı da zedeleyebilmektedir (Ergene,2011:141).

3.2.1. Konuya İlişkin Anayasa Mahkemesi ve Yargıtay'ın Görüşleri

Velayet annede olması halinde soyad durumunun babayla ilişkili kalması mahkemelere intikal etmiş olduğu görülmektedir. İlk derece mahkemelerinde olumlu bir tutum olmasına karşılık Yargıtay TMK-m 321 ve Soyadı Kanunu -m.4' e dayandırarak bu talepleri reddetmiştir. Soyadı Kanunu 4. maddesi¹⁰ hükmü Anayasa Mahkemesi 08.12.2011 tarihli ve

2010/119E.,2011/165K sayılı karar¹¹ ile Anayasanın 10 ve 41. Maddelerine aykırı olacağından iptal edilmiştir. Bu iptal neticesinde de boşanma sonrası velayete anneye bırakılmış çocuk babasının soyadını taşımaya devam etmiş ve itirazlar dava yolu ile yargıya taşınmıştır. Bu durum karşısında anneler bireysel başvuru aracılığı ile Anayasa Mahkemesi'ne başvuru yapmaya başlamışlardır. İlk olarak Diyarbakır 5. Asliye hukuk mahkemesine anne, çocuğun tüm işlemleri ile kendisinin ilgilendiğini ancak birçok yerde soyadlarının farklı olması nedeni ile sorun yaşayarak nüfus kayıt örneğini sunmak zorunda kaldığını belirterek başvuru yapmıştır. İlk derece mahkemesi davayı Anayasa Mahkemesi'nin ilgili kararını gerekçe ederek kabul etmiştir¹². Ancak kararın temyiz edilmesi ile Yargıtay TMK-m. 321 uyarınca kararı bozmuştur¹³. Bu durum neticesinde anne 20.05.2013 tarihinde Anayasa Mahkeme'sine başvuruda bulunmuştur. Anayasa'nın 20. maddesinin uygulanması gerektiğini belirterek değerlendirmiştir¹⁴.

Anayasa Mahkemesi; "velayet hakkı tevdi edilen çocuğun soyadının, başvuruçunun kendi soyadı ile değiştirilmesi yönündeki talebi, velayet hakkı ve bu kapsamdaki yetkilerin kullanımı ile ilgili olmakla..."¹⁵, "... velayet hakkı kapsamında çocuğun soyadının belirleme hakkı da yer almakta olup..."¹⁶ ve "Velayet hakkı kapsamındaki yetkiler dahilinde olan çocuğun soyadının belirlenmesi hususu..."¹⁷ ifadelerini kullanarak velayetin, çocuğun soyadını belirlemede yetkili olduğunu belirtmiştir. Velayetin verildiği taraf olan anne ile aile hayatı kurmuş olan çocuğun aile yaşamına olan saygı hakkı da yine Anayasa'nın 20.

(Çevrimiçi)http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/04/20140425-18.pdf, E.T. 9.12.2022).

Yargıtay'ın ise önceden, Anayasa Mahkemesi'nin bireysel başvurular yoluyla incelediği olaylarda vardığı sonuçlara karşı çıkmış olduğu, (Bkz: Yarg. 2. HD, 2011/7737 E., 2012/16695 K., 18.6.2012 T. (Çevrimiçi)www.kazanci.com,E.T. 9.12.2022.) ancak son yıllarda içtihat değiştirmeye başladığı görülmektedir. (Bkz: Yarg.2.HD, 2014/20471 E., 2015/8704 K., 28.4.2015 T.; YHGK 2014/2-889 E., 2015/2011 K., 30.09.2015 T. (Çevrimiçi) www.kazanci.com, E.T. 9.12.2022).

¹⁰ "Evliliğin feshi veya boşanma hallerinde çocuk anasına tevdi edilmiş olsa bile babasının seçtiği veya seçeceği adı alır".

¹¹ "Eşler, evliliğin devamı boyunca ve boşanmada sahip oldukları hak ve yükümlülükler bakımından aynı hukuksal konumdadırlar. Erkeğe velayet hakkı kapsamında tanınan çocuğun soyadını seçme hakkının kadına tanınmaması, velayet hakkının kullanılması bakımından cinsiyete göre ayırım yapılması sonucunu doğurur. Bu nedenle itiraz konusu kural, Anayasa'nın 10. ve 41. maddelerine aykırıdır, iptali gerekir." (Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu tarafından verilen bu kararın yayımlandığı Resmî Gazetenin Tarih-Sayı: 14.02.2012- 28204. Karar için bkz:

(Çevrimiçi)www.lexpera.com.tr, E.T. 12.12.2022).

¹² YHGK, 2013/18-2352 E., 2015/1710 K., 19.06.2015 T. "Doğum tarihinde ana ve baba evli ise çocuk ailenin diğer bir anlatımla babanın soyadını alacaktır. Çocuğun soyadı bu surette belirlendikten sonra, onun soyadını velayet hakkına veya başka nedenlere dayanarak değiştirmek Türk Medeni Kanununun 321. maddesindeki düzenleme karşısında mümkün değildir." (Çevrimiçi) www.lexpera.com.tr, E.T.09.12.2022. Benzer yönde bkz: YHGK, 2013/18-1755 E.,

2015/1039 K., 13.3.2015 T. (Çevrimiçi) www.lexpera.com.tr, E.T.09.12.2022.

¹³ Yarg.18.HD, 2012/5587 E., 2012/7122 K., 06.06.2012 T.

¹⁴ Anayasa Mahkemesi, "Anayasa'nın 17. maddesinin birinci fıkrasında herkesin, maddi ve manevi varlığını koruma ve geliştirme hakkına sahip olduğu belirtilmekte olup bu düzenlemede yer verilen "maddi ve manevi varlığı koruma ve geliştirme hakkı", Sözleşme'nin (AİHS) 8. maddesi çerçevesinde özel yaşama saygı hakkı kapsamında güvence altına alınan fiziksel ve zihinsel bütünlük hakkı ile bireyin kendisini gerçekleştirme ve kendisine ilişkin kararlar alabilme hakkına karşılık gelmektedir. Bireyin yaşamıyla özdeşleşen ve kişiliğinin ayrılmaz bir unsuru hâline gelen, birey olarak kimliğin belirlenmesinde en önemli unsurlardan biri ve vazgeçilmez, devredilmez, kişiye sıkı surette bağlı bir kişilik hakkı olan soyadının da kişinin manevi varlığı kapsamında olduğu açıktır... isim hakkı da Anayasa Mahkemesi tarafından, Anayasa'nın 17. Maddesi kapsamında değerlendirilmektedir (Anayasa Mahkemesi , E.2011/34, K.2012/48, K.T.30/3/2012; Anayasa Mahkemesi , E.2009/85, K.2011/49,K.T.10/3/2011). Bununla somut başvuruda olduğu gibi velayet hakkı tevdi edilen çocuğun soyadının, başvuruçunun kendi soyadı ile değiştirilmesi yönündeki talebi, velayet hakkı ve bu kapsamdaki yetkilerin kullanımı ile ilgili olmakla, Anayasa'nın 20. maddesi kapsamında ele alınması gereken bir hukuki değerdir."

¹⁵ Bkz:Anayasa Mahkemesi –Hayriye Özdemir Kararı 41. paragraf

¹⁶ Bkz:Anayasa Mahkemesi –Hayriye Özdemir Kararı 42. paragraf

¹⁷ Bkz:Anayasa Mahkemesi –Hayriye Özdemir Kararı 46. paragraf

maddesi ile de ifade edilmektedir¹⁸. Böylelikle annenin çocuğuna kendi soyadını verme talebinin reddinin, aile hayatına saygı hakkının ihlali olarak kabul edilmiş ve annenin talebini haklı sebep olarak nitelendirmiştir¹⁹.

Bir diğer dava olan Ankara 23. Asliye Mahkemesine yine velayeti kendinde olan çocuğuna soyadını vermek talebiyle başvuruda bulunmuştur. İlgili mahkeme 23.11.2012 tarihli 2012/193E.,2012/503K. Sayılı kararında TMK-m. 321'e dayanarak reddetmiştir. İlgili karar temyize gitmesine rağmen, karar düzeltme talebi Yargıtay tarafından reddedilmiştir²⁰. Bunun üzerine anne 06.11.2015 tarihinde Anayasa Mahkemesi'ne bireysel başvuruda bulunarak davasını devam ettirmiştir²¹. Anayasa Mahkemesi bu davada Anayasa'nın 10.madde gereğince davayı incelemiştir, TMK'daki eşlerin eşit haklara sahip olma durumunu irdelemiştir ve soyadındaki yetkinin cinsiyete dayalı farklı bir muamele olması sebebi ile Anayasa m. 10' un ihlali olduğunu belirtmiştir²².

Bu kararlar incelendiğinde her ne kadar Anayasa Mahkemesi ile Yargıtay'ın farklı görüşlerde olduğu düşünülse de 09.4.2018 tarihinde Yargıtay devrim niteliğinde bir karar almıştır. Bu karar 2015 yılında boşanan çiftin ortak çocuklarının velayetinin annede olması nedeni ve çocuğun babasının soyadını taşıması sebebi ile anne ve çocuk günlük hayatlarında sorun yaşadıklarını, ayrıca babanın çocuk ile kişisel ilişki kurmasının sağlıklı ilerlemediğini ileri sürerek kendi soyadını verme talebi ile açılan dava neticesinde alınmıştır. İlk derece mahkemesi davanın reddine karar vermiş²³ ancak anne bu karar neticesinde öncelikle istinaf mahkemesine müracaat etmiştir. İstinaf mahkemesi tarafından da reddedilen dava²⁴ sonrasında Yargıtay'a taşınmıştır. Öte yandan Yargıtay, bu çocuğun soyadı ile ilgili olarak Anayasa Mahkemesi'ne yapılan bireysel başvuruları değerlendirmiş ve buna dayanarak davacının

annesinin çocuğun soyadını değiştirme talebinin haklı gerekçeye dayandığı tespit edilmiştir. Velayet, çocuğun soyadının belirlenmesinin velayete bağlı olduğu ve kadının hakkının tanınmaması cinsiyete göre farklı muamele anlamına gelebileceğini savunmuştur. Ayrıca Yargıtay, davacı annenin çocuğun soyadını değiştirmek için başvurmasını engelleyecek herhangi bir yasal düzenleme bulunmadığını, soyadının değiştirilmesinin çocuğun kişisel durumunu değiştirmeyeceğini belirtmiştir. Yargıtay'ın annenin başvurusunu çocuğun üstün yararı ilkesi açısından değerlendirerek, bu davada çocuğun soyadının annenin soyadına dönüştürülmesinin çocuğun üstün yararına aykırı olmadığına karar vermesi dikkat çekicidir.

Böylelikle Anayasa Mahkemesi ve Yargıtay annenin velayet sahibi olması ve haklı nedenlerinin bulunması halinde çocuğuna kendi soyadını verebileceğini görüşünde bulmuşlardır.

4. SONUÇ

Bir çocuğun ve annesinin farklı soyadlarına sahip olması, resmi velayet işlemlerinde sorunlara neden olabilmektedir. Anne ve çocuğun toplumsal baskı veya psikolojik sorunlara neden olduğu konusunda soru işaretleri ile karşı karşıya kalmasına yol açabilmektedir. Bu durum bile başlı başına özel hayata ve aile hayatına saygı ilkesini ihlal etmektedir (Anayasa-m. 20, AİHS-m. 8). Ayrıca çocuk ve annesini farklı soyadları sahip olması durumunun değiştirilmek istenmesi çocuğun üstün yararı kapsamında da değerlendirilmesi gerekmektedir. Eğer çocuk ayırt etme gücüne sahip değil ise bu karar alınırken mahkemelerce üstün yarar ilkesi gözetilmelidir. Velayeti annede olan çocuk diğer ebeveyni ile kişisel ilişki kurma aşamasında sağlıklı bir iletişim kuramıyor ya da ebeveyn bu ilişkiyi kurmaktan kaçınıp babalık görevini tevdi etmiyor ise günlük hayatında toplumsal baskı ve yasal

¹⁸ Bkz:Anayasa Mahkemesi –Hayriye Özdemir Kararı 44. paragraf

¹⁹ Bkz:Anayasa Mahkemesi –Hayriye Özdemir Kararı 64-66. paragraf

²⁰ Yarg.18.HD, 2013/5011 E., 2013/3724 K., 12/3/2013 T. (Burada belirtilen ve devam eden dipnotlarda belirtilecek karar numaraları Anayasa Mahkemesi'nin bahsi geçen *Gülbu Özgüler* kararındaki olay özetinden alınmıştır; her seferinde uzunca açıklama yapılmaması adına bu husus tekrar belirtilmeyecektir.)

²¹ Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu, *Gülbu Özgüler Kararı*, B.N.: 2013/7979; B.T.: 06.11.2013; K.T.: 11.11.2015; Resmî Gazete Tarih ve Sayı: 24.12.2015-29572. (Karar için bkz:

(Çevrimiçi)<http://www.anayasa.gov.tr/icsayfalar/basin/kararlar/ailliskinbasinduyurulari/bireyselbasvuru/detay/54.html>;

[http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/BireyselKarar/Content/58efa3b7-9927-4240-92cb-](http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/BireyselKarar/Content/58efa3b7-9927-4240-92cb-e6e2db5b8c03?wordsOnly)

[e6e2db5b8c03?wordsOnly](http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/BireyselKarar/Content/58efa3b7-9927-4240-92cb-e6e2db5b8c03?wordsOnly), E.T.10.12.2022). Anayasa Mahkemesi'nin bu kararı anlatılırken her defasında başvuru numarası, karar tarihi, Resmî Gazete tarih ve sayısı belirtilmeyecek; sadece paragraf numaraları belirtilecektir.

Anayasa Mahkemesi'nin benzer yönde başka kararları için bkz: Anayasa Mahkemesi Genel Kurulu, Nurcan Yolcu Kararı, B.N.: 2013/9880; B.T.:31.12.2013, K.T.: 11/11/2015; Resmî Gazete Tarih ve Sayı: 31/12/2015-29579 (Karar için bkz:

(Çevrimiçi)<https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2013/9880>, E.T.10.12.2022); Anayasa Mahkemesi 2. Bölüm, Ayten

Yıldırım Başvurusu, B.N.: 2014/1826; B.T.:12.02.2014, K.T.:20.07.2017, Resmî Gazete Tarih ve Sayı: Resmî Gazete'de

karara ulaşılamamıştır; anlaşıldığı kadarıyla, tezin yazım sürecinde karar henüz yayınlanmamıştır. (Karar için bkz:

(Çevrimiçi)

<https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2014/1826>, E.T.10.12.2022).

²² "... başvuruya konu uygulamanın temelinde çocuğun soyadının babanın soyadı olarak belirlenmesinin yer aldığı, bu kapsamda babanın çocuğa kendi soyadını verme imkânı bulunduğu gibi bu imkânın evliliğin boşanma, fesih veya ölümle neticelenmesi durumunda da herhangi bir tasarrufa gerek kalmaksızın devam ettiği ancak haklı nedenler bulunması durumunda dahi anneye çocuğa soyadını verme imkânı tanınmadığı görülmektedir." (Anayasa Mahkemesi-Gülbu Özgüler Kararı 52. Prg).

²³ İzmir 8.Aile Mahkemesi, 2017/11 E., 2017/523 K., 18.07.2017 T. (Karar numarası incelemekte olduğumuz 09.04.2018 tarihli Yargıtay kararından alınmıştır).

²⁴ İzmir Bölge Adliye Mahkemesi 2.HD, 2017/3151 E., 2017/2171 K., 14.11.2017 T. (Karar numarası incelemekte olduğumuz 09.04.2018 tarihli Yargıtay kararından alınmıştır).

temsilcisi anne olduğundan hukuki işlemlerde çocuğun yararının zedenebileceği düşünülmektedir. Bu durum haklı neden olarak kabul edilebilir ve bu sebep ile başvuru halinde de anneye evli iken de kendi soyadını kullanma yetkisinde iken boşanma sonrası velayeti kendinde olan çocuk ile anne arasında olan aile birliğine duyulması gereken saygı açısından, gerek anne ve babanın eşitlik açısından aynı haklara sahip olmamasına sebep olacağından, gerekse çocuğun üstün yararı açısından uygun olacağını düşünmekteyiz.

KAYNAKÇA / BIBLIOGRAPHY

- Abik, Y. Türk Medeni Kanunundaki Hükümler ve Çocuk Hukukundaki Temel İlkeler Çerçevesinde Velayette Çocuğun Yararı, Filiz Kitapevi, İstanbul 2011.
- Abik, Y. Kadının soyadı ve buna bağlı olarak çocuğun soyadı. Ankara: Seçkin Yayıncılık 2005.
- Acabey, M. B. Soybağı, Kurulması, Genel Olarak Sonuçları, Özellikle Evlilik Dışında Doğan Çocukların Mirasçılığı, Güncel Hukuk Yayınları, İzmir 2002.
- Akıntürk, T. ve Ateş, D. Türk Medeni Hukuku Aile Hukuku, Beta Yayınevi, İstanbul 2016.
- Akipek, J. G., Akıntürk T. ve Ateş Karaman D. Türk medeni hukuku başlangıç hükümleri kişiler hukuku, İstanbul: Beta Yayıncılık 2017.
- Akyüz, E. Çocuk Hukuku, Pegem Akademi, Ankara 2021.
- Akyüz, E. Çocuk Hukuku: Çocukların Hakları ve Korunması, Genişletilmiş 5.Baskı, Ankara, Pegem Akademi 2016.
- Baran Çelik, N. Milletlerarası Özel Hukukta Soybağının Kurulması, Yetkin Yayınları, Ankara 2021.
- Baş Süzel, E. ve Kurtulan, G. "Çocuğun Soyadına İlişkin Anayasa Mahkemesi Kararlarının İncelenmesi", Bahçeşehir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 135-136, Kasım-Aralık 2015, s.77-101.
- Brauchli, A. Das Kindeswohl als Maxime des Rechts, Zurich 1982.
- Baygın, C. "Kan Bağına Dayanan Soybağı", AÜEHFD, 6 (1-4), 2002, s.255-289.
- Bingöl, E. "Boşanmış Çiftlerin Ortak Velayet Hakkının Türk ve İsviçre Hukukları Bakımından Karşılaştırılması", İstanbul Barosu Dergisi, 88 (2), 2014, s. 278-312.
- Birinci Uzun, T. "Türk Medeni Kanunu'na Göre Velayetin Kullanılması ve Çocuğun Yüksek (Üstün) Yararı İlkesi Doğrultusunda Boşanmada ve Evlilik Dışı İlişkide Birlikte Velayet Modeli", Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi, 6 (1), 2016, s.135-166.
- Dursun, E. "Örnek Bir Karar Çerçevesinde Çocuğun Soyadının Değiştirilmesi Bakımından Yargıtay'ın Tutumunun Eleştirisi." Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi 28(1),2022,s. 575-601.
- Ergene, D. "İnsan Hakları Hukukundaki Gelişmeler Işığında Türk Hukukunda Kadının ve Çocuğun Soyadı Meselesi ve Medeni Kanun'da Değişiklik Önerisi", MHB, XXXI (2), 2011, s.126-176.
- Erlüle, F. İsviçre Medeni Kanunu'nda Yapılan Değişiklikler Işığında Boşanmada Birlikte Velayet, Yetkin Yayınları, Ankara 2019.
- Erlüle, F. "Çocuk İle Kişisel İlişki Kurulması", Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 2010, 16, s.217-248.
- Feyzioğlu, F. Aile Hukuku Dersleri, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 1971.
- Genç Arıdemir, A. "Türk Hukukunda Anne ve Babası Evli Olan Çocuğun Soyadı ve Uygulamada Ortaya Çıkan Sorunlar", Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, VIII-IX, Özel Sayı, 2011-2012, s.731-753.
- Gençcan, Ö. U. Velayet Hukuku, Genişletilmiş 2. Baskı. Yetkin Yayınları, 2020.
- İşintan, P. (2012). Anayasa mahkemesinin 8.12.2011 tarihli kararı ışığında Türk hukukunda velayet hakkı kendisine verilmiş kadının çocuğun soyadını seçme hakkı mevcut mudur?, Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2012 (1), s.265-279..
- İmamoğlu, H. "Yeni Medeni Kanundaki Düzenleme ve Velayete Hâkim İlkeler Çerçevesinde Tedip Hakkının Değerlendirilmesi", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 54 (1), 2005, s.165-190.
- Karaca, H. Velayetin Kapsamı ve Hükümleri, Ankara, Seçkin Yayıncılık 2015.
- Kılıçoğlu, A. M. Aile Hukuku, 3.Baskı, Ankara, Turhan Kitabevi 2017.
- Nomer, H. N. "Avrupa Birliği'ne Üye Devletlerde ve Türkiye'de Evlenen Kadının ve Ortak Çocuğun Soyadı", MHB, XXII (2) (Prof.Dr. Ergin Nomer'e Armağan), 2002, s.421-450.
- Oğuzman, K. ve Dural, M. Aile Hukuku, Filiz Kitabevi, İstanbul 1998.
- Oğuzman, M. K., Seliçi, Ö. ve Oktay-Özdemir S. Kişiler hukuku, İstanbul: Filiz Kitabevi 2016.
- Oktay Özdemir, S. Aile Hukukunda Eşitliğe Aykırı Hükümler, İstanbul, Der Yayınları, 2009.
- Özer Taşkın, Ö. "Velayet Hakkının Kullanılması Velayetin Değiştirilmesi", Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 6 (1), 2020, s.239-262.
- Öztan, B. Aile Hukuku, 6.Baskı, Ankara, Turhan Kitabevi 2015.
- Ryznar, M. "The Empirics of Child Custody", Cleveland State Law Review, 2017, 65, s.211.
- Serozan, R. Çocuk Hukuku, Vedat Kitapçılık; İstanbul 2017.
- TDK (2022). Velayet, <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 20.11.2022.

- Tekinay S. Türk Aile Hukuku, Beta Yayıncılık, İstanbul 1984.
- Uluğ, Ö. M. “Soyadım Kimliğimdir, Evlenince Kaybolmamalıdır: Hegemonik Erkeklik ile Medeni Kanun’un 187.Maddesi Arasındaki İlişkiye Eleştirel Bir Bakış”, *Fe Dergisi*, VII (2), 2015, s.47-58.
- Usta, S. Velayet Hukuku, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul 2016.
- Yücel, Y. Türk Medeni Kanununda Boşanma Halinde Velayet, Çocukla Kişisel İlişki Kurulması ve Çocuğun Soyadı, 1.Baskı, Oniki Levha Yayıncılık, İstanbul 2018.



EĞİTİM DANIŞMANLIĞI

AİLE BİRLEŞİMİ

Almanca - İngilizce
Fransızca - Rusça
İtalyanca - Çince
İspanyolca - Arapça
Yeminli Tercümanlık

ve

Konsolosluk Vize Takip İşlemleri

MATEMATİK - FEN - KİMYA VE DİĞER DERSLERDE DANIŞMANLIK

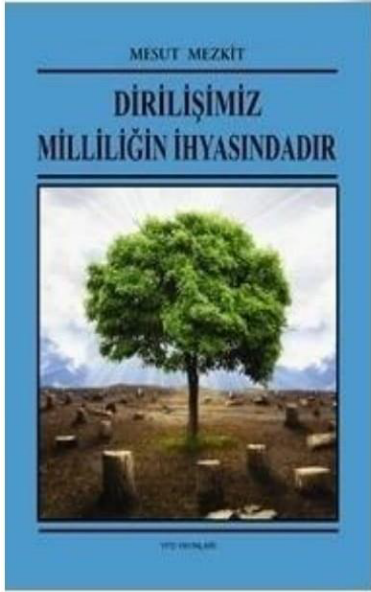
0256 214 48 21 - 0541 354 55 07

HASANEFENDİ-RAMAZANPAŞA MH.23 SK. NO:12 D:2 K:2 AYDIN

Yeni Fikir Dergisi (YFD) Yayınları



MUHAFAZAKÂR DEĞİŞİM:
TÜRKİYE'NİN GELECEK VİZYONU



DİRİLİŞİMİZ MİLLİLİĞİN
İHYASINDADIR:
YENİ BİR MUŞTUNUN
HABERCİSİ



"NEO-CON"İZMİN
EMPERYALİST FİKRİ



yenifikirSAM

Yeni Fikir Stratejik Araştırmaları Merkezi

Aydın'ın İlk Stratejik Araştırma Merkezi
Ramazan Pařa Mh. 23. Sk. No:12 Kat:2 Efeler / AYDIN

www.yfsam.com