



iiBFD

GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

CİLT 5 • SAYI 2 • KASIM 2023

GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Gaziantep University Journal of Economics and Administrative Sciences Faculty

Sahibi / Owner

Gaziantep Üniversitesi adına / On behalf of Gaziantep University
Prof. Dr. Yakup BULUT
Gaziantep Üniversitesi İİBF Dekanı / Dean, Gaziantep University EASF
yakupbulut@gantep.edu.tr

Editör Kurulu / Editorial Board

Baş Editör / Chief Editor

Dr. Öğr. Üyesi Onur TÜRKÖLMEZ
Gaziantep Üniversitesi
onurturkolmez@gantep.edu.tr

Editör Yardımcıları / Co-Editors

Arş. Gör. Dr. Muhammed Miraç ASLAN / Gaziantep Üniversitesi / miracaslan@gantep.edu.tr
Arş. Gör. Bengü KAYAPALI / Gaziantep Üniversitesi / bkayapali@gantep.edu.tr
Arş. Gör. Maide Betül AKSOY / Gaziantep Üniversitesi / betulaksoy@gantep.edu.tr

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Dr. Öğr. Üyesi Coşkun SOYSAL
Gaziantep Üniversitesi
csoysal@gantep.edu.tr

Arş. Gör. Dr. Uğur ÜLGER
Gaziantep Üniversitesi
ugurulger@gantep.edu.tr

Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Selim ERDOĞAN
Gaziantep Üniversitesi

Doç. Dr. Ahmet ARSLAN
Gaziantep Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN
Gaziantep Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şemsettin ÇİÇDEM
Gaziantep Üniversitesi

Prof. Dr. Harun ŞAHİN
Gaziantep Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir AKSOY
Gaziantep Üniversitesi

Doç. Dr. Mesut ŞÖHRET
Gaziantep Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Medet İÇDE
Gaziantep Üniversitesi

İletişim / Contact

iibfdergi@gantep.edu.tr
<https://dergipark.org.tr/gauniibf>

GAUNIIBFD aşağıdaki indeks-dizinler tarafından
taranmaktadır

GAUNIIFBD, covered and abstracted by following indexing
services

ASOS Index

CiteFactor

DRJI

Prof. Dr. Abdullah ÇELİK, Harran Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet YATKIN, İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Ali Osman ÖZTÜRK, Hitit Üniversitesi

Prof. Dr. Arif ÖZAYDIN, Gaziantep Üniversitesi

Prof. Dr. Atilla DOĞAN, Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Elif ÇOLAKOĞLU, Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi

Prof. Dr. Ensar NİŞANCI, Namık Kemal Üniversitesi

Prof. Dr. Ercan OKTAY, Necmettin Erbakan Üniversitesi

Prof. Dr. Ferhat PİRİNÇÇİ, Bursa Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. Hacer Tuba EROĞLU, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin ALTAY, İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Ömer Faruk GENÇKAYA, Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN, Medeniyet Üniversitesi

Prof. Dr. Yakup BULUT, Gaziantep Üniversitesi

Prof. Dr. Yücel AYRIÇAY, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Yayın İlkeleri ve Yazar Bilgilendirme

Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yayın politikasında akademik ilke ve etik değerlere bağlıdır. Etik ilke ve değerlere ilişkin ulusal ve uluslararası standartlara uygun olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Bu kapsamda, COPE (Committee on Publication Ethics) tarafından belirlenen standartlar ve YÖK "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi"nde belirlenen esaslar dikkate alınmaktadır (<https://publicationethics.org/> & <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/mevzuat/bilimsel-arastirma-ve-etik-yonetmeli.aspx>). Makale değerlendirme sürecinde kabul edilen araştırma ve yayın etiği standartlarına aykırılığı tespit edilen eserlerin yayın talebi reddedilir. Eserin yayınlanmasından sonra söz konusu aykırılığın tespit edilmesi halinde eser yayından kaldırılır. *Aşağıda belirtilen esaslar, COPE ve YÖK tarafından belirtilen standartlar esas alınarak hazırlanmıştır.

Yazarların Sorumluluğu

Eser Dergiye gönderilmeden önce, Derginin benimsediği etik standartlara, yayın ilkelerine ve yazım kurallarına uygun olup olmadığını kontrol ve teyit eder.

Eserin araştırma ve yayın ilkelerine uygun olarak hazırlanması yazar(lar)ın sorumluluğundadır. Yazar, eseri göndermekle 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanuna, YÖK Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesine, COPE tarafından açıklanan araştırma ve yayın etiği standartlarına uygun olarak eserin hazırladığını taahhüt eder.

Hakemlerin Sorumluluğu

Hakem kendisine gönderilen eseri COPE tarafından açıklanan esasları dikkate alarak değerlendirmesini tamamlar ve kendisine tanına süre içinde editör kuruluna iletir.

Editör ve Editör Kurulunun Sorumluluğu

- Tarafsızlık: editör, eser sahibinin dininden, cinsiyetinden, uyruğundan ve siyasi görüşünden bağımsız olarak eserlerin değerlendirme sürecini yürütür.
- Gizlilik: Yayın sürecinde kör hakemlik esasının korunmasını sağlar. Ayrıca yazar ile hakem arasında çıkar çatışmasının oluşmasını engelleyecek tedbirleri alır.
- Adaletlilik: Hakem sürecinin etik standartlara uygunluğu açısından COPE rehberini dikkate alır.
- İşbirliği ve koordinasyon: Eserlerin değerlendirme sürecinin öngörülen sürede tamamlanması için gerekli işbirliği ve koordinasyon sağlar.
- Bilgi paylaşımı: Kurulda görevli diğer kişilerle derginin yayın süreci ve makale değerlendirme süreçleri hakkında bilgi paylaşımında COPE tarafından belirlenen esasları gözetir.
- Etik ihlalleri: Dergiye yayınlanması için gönderilen veya Derginin önceki sayılarında yayınlanmış bir esere ilişkin olarak,

Mükerrer yayın, dilimleme, intihal, uydurma veri, çıkar çatışması ve haksız yazarlık şüphesi oluştuğunda;

Yazarlık değişikliği talepleri hakkında COPE tarafından belirtilen standartlara riayet eder. Ayrıca COPE tarafından yayınlanan mükerrer yayın ve dilimleme açısından ve/veya haksız yazarlığa ilişkin hususlara dikkat eder.

Editorial Principles and Author Guidelines

Gaziantep University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences adheres to academic principles and ethical values in its publication policy. It continues its publication life in accordance with national and international standards regarding ethical principles and values. In this context, the standards set by COPE (Committee on Publication Ethics) and the principles set in the YÖK "Scientific Research and Publication Ethics Directive" are taken into account (<https://publicationethics.org/> & <https://www.yok.gov.tr/Pages/Corporate/legislation/scientific-research-and-ethical-management.aspx>). The publication request of the works that are found to be in violation of the research and publication ethics standards accepted in the article evaluation process is rejected. If the said contradiction is detected after the publication of the work, the work is removed from the publication.

*The following principles have been prepared on the basis of the standards specified by COPE and YÖK.

Authors Responsibility

Before the work is sent to the Journal, it checks and confirms whether it complies with the ethical standards, publication principles and spelling rules adopted by the Journal.

It is the responsibility of the author(s) to prepare the work in accordance with the research and publication principles. By submitting the work, the author undertakes that the work has been prepared in accordance with the Law on Intellectual and Artistic Works No. 5846, the YÖK Scientific Research and Publication Ethics Directive, and the research and publication ethics standards announced by COPE.

Responsibility of the Referees

The referee completes the evaluation of the work sent to him, taking into account the principles explained by COPE, and submits it to the editorial board within the time allotted to him.

Responsibility of the Editor and Editorial Board

- Impartiality: the editor conducts the evaluation process of the works regardless of the religion, gender, nationality and political view of the author.
- Confidentiality: It ensures that the principle of blind refereeing is protected during the publication process. In addition, it takes measures to prevent the occurrence of a conflict of interest between the author and the referee.
- Fairness: Considers the COPE guideline in terms of the compliance of the refereeing process with ethical standards.
- Cooperation and coordination: Necessary cooperation and coordination is provided to complete the evaluation process of the works within the stipulated time.
- Information sharing: It observes the principles set by COPE in sharing information about the publication process of the journal and article evaluation processes with other members of the Board.
- Ethical violations: Regarding a work sent to the Journal for publication or published in previous issues of the Journal,

When there is a suspicion of duplicate publication, slicing, plagiarism, fabricated data, conflict of interest and unfair authorship; It complies with the standards set by COPE on requests for change of authorship. It also pays attention to issues related to duplication and slicing and/or unfair authorship published by COPE.

Bu Sayının Hakemleri / Academic Referees of This Issue

Dr. Ali TEHCİ

Dr. Glsn İŞSEVEROĞLU

Dr. Mehmet Fatih SERT

Dr. Mehmet KAYGUSUZUOĐLU

*Liste isme göre alfabetik sıralanmıştır.

İçindekiler / Contents

Cilt:5, Sayı:2, Kasım 2023 / Volume:5, Issue:2, Nov 2023

Araştırma Makaleleri / Research Articles

İNSANLARIN HAYAT ALGILARI VERİLERİ BAĞLAMINDA KÜMELEME ANALİZİ İLE
ÜLKELERİN PAZAR BÖLÜMLENDİRMESİ

**MARKET SEGMENTATION OF COUNTRIES WITH CLUSTERING ANALYSIS BASED ON PEOPLE'S LIFE PERCEPTIONS
DATA**

Sayfalar / Pages : 45-55

Makbule AYTEKİN

TİCARET MESLEK LİSELERİNDE MUHASEBE EĞİTİMİ: GAZİANTEP İLİ ŞAHİNBEY İLÇESİ
MUHASEBE ÖĞRETMENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**ACCOUNTING EDUCATION IN COMMERCE VOCATIONAL HIGH SCHOOLS FROM THE PERSPECTIVE OF
ACCOUNTING TEACHERS: THE CASE OF GAZİANTEP PROVINCE**

Sayfalar / Pages : 56-68

Cuma ERCAN & Mehmet ÖS

Araştırma Makalesi

İNSANLARIN HAYAT ALGILARI VERİLERİ BAĞLAMINDA KÜMELEME ANALİZİ İLE ÜLKELERİN PAZAR BÖLÜMLENDİRMESİ

Makbule AYTEKİN

Doktora Öğrencisi, Artvin Çoruh Üniversitesi, makbuleaytekin1@gmail.com

ORCID: [0000-0002-9652-8373](https://orcid.org/0000-0002-9652-8373)

Özet

İşletmeler açısından teknolojik gelişmeler ve tedarik zincirlerinde sağlanan ilerlemeler dünyayı bir bütün halinde pazar olarak değerlendirmeye yönelmektedir. Bu noktada, ülkelerin farklı açılardan bölümlendirmesi işletmelere önemli çıkarımlar sağlamaktadır. Böylelikle işletmeler farklı bölümler altındaki ülkelere yönelik stratejiler geliştirebilmektedir. Ele alınan çalışma, bu çerçevede insanların hayat algılarına yönelik değişkenleri kullanarak ülkeleri kümelere ayırmayı amaçlamıştır. Çalışmada kullanılan veriler Dünya Değerler Araştırması (VWS) ve Avrupa Değerler Araştırması (EVS) sonucundan derlenen açık verilerden elde edilmiştir. Bu kapsamda, kümeleme analizi yöntemlerinden ortalama bağlantı yöntemi kullanılmıştır. Analizler sonucunda coğrafi olarak ve gelişmişlik düzeyi olarak birbirine yakın, ortak tarihi mirasa sahip ülkelerin aynı gruplar altında toplandığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Değerler Araştırması, Kümeleme Analizi, Hayat Algısı, Uluslararası Pazarlama, Pazar Bölümlendirmesi

MARKET SEGMENTATION OF COUNTRIES WITH CLUSTERING ANALYSIS BASED ON PEOPLE'S LIFE PERCEPTIONS DATA

Makbule AYTEKİN

PhD Student, Artvin Çoruh University, makbuleaytekin1@gmail.com

ORCID: [0000-0002-9652-8373](https://orcid.org/0000-0002-9652-8373)

Abstract

Technological advancements and improvements in supply chains force businesses to consider the entire world as a market. At this point, segmenting countries according to various viewpoints has implications for businesses. Thus, businesses can develop strategies for countries under different segments. In this context, the study aimed to classify countries into groups using variables related to citizens' perceptions of life. The data used in the study were obtained from the open data compiled from the World Values Survey (VWS) and the European Values Survey (EVS). In this context, the average linkage method, one of the clustering analysis methods, was used. As a result of the analysis, it was found that countries with a common heritage that are geographically and economically close to each other are grouped together.

Keywords: Values Survey, Cluster Analysis, Perception of Life, International Marketing, Marketing Segmentation

Giriş

Endüstri Devriminin gerçekleşmesiyle birlikte el dokuma tezgahlarından seri üretime geçilmiş, üretim çarpıcı bir biçimde artmış ve elde edilen çıktı miktarı devasa boyuta taşınmıştır. Elde edilen fazlalık ülkelerin hem iç pazarda hem de dış pazarlarda çeşitli arayışlara girmelerine olanak sağlamıştır. Özellikle küreselleşmenin artmasıyla ülkeler arası sınırlar belirginliğini kaybetmiş, milliyetçilik akımlarının önemi büyük ölçüde azalmış, bilhassa hizmet pazarlaması okyanus ötesi yerlere taşınmıştır. Öyle ki tüketiciler binlerce kilometre uzaktan bir ürünü sipariş verebilmekte ve bir aydan kısa sürede fiziki ürünleri teslim alabilmektedir. Doğal olarak bu erişimin altında yatan en önemli faktörlerden biri tedarik zinciri ağlarının oldukça gelişmiş olmasıdır.

Günümüzde birçok şirket ulusal pazarlarda daha etkin rekabet edebilmek için hedef kitle pazarlaması anlayışını benimsemektedir. Bu bağlamda pazarlamaya harcanan enerjiden ziyade tatmin edilebilme şansı daha yüksek, üretilen ürünlerin garanti alıcı potansiyeline sahip müşteriler üzerine odaklanılmaktadır. Bu çerçevede etkin hedef kitle pazarlaması üç ana unsur etrafında şekillenmektedir (Kotler ve Keller, 2018):

- Pazar bölümlendirmesi: İstek ve gereksinimleri farklı olan müşterilerin belirlenmesi ve bu tüketicilerin profillerinin belirlenmesi
- Hedef kitle pazarlaması: Girilmek istenen pazardaki bölümlerin seçilmesi
- Pazar konumlandırılması: Hedeflenen her bölüm için, ürünlerin faydalarının belirlenmesi ve bu faydalar ile memnuniyetin müşteriye iletilmesi olarak nitelendirilmektedir.

Bu çalışmada ülkelerin kültürel özellikleri bağlamında pazar bölümlendirmesi/segmentasyonu problemleri ele alınacaktır. Pazar bölümlendirmesi, tüketici ihtiyaçları ile ürün- hizmet sunumlarının birbirini tamamlaması ve örtüşmesi çabası olarak nitelendirilmiştir. Bu kavramın odağında tüketici yer alır ve talep ile ilgili gelişmeler değerlendirmelerin esasını oluşturur (Smith, 1956).

Pazar bölümlendirmesi, içinde farklı özellikleri barındıran pazarın alt bölümlere ayrıştırılmasıdır. Pazar bölümlendirme işletmelere, müşteriler ve pazarlar arasındaki farklılıkların/benzerliklerin tespit edilmesi, müşteri ihtiyaç ve taleplerinin daha iyi biçimde belirlenebilmesi, yeni pazarlara giriş için ön bilgi edinilmesi, mevcut pazarlarda yeni hedeflerin ve bunlarla uyumlu stratejilerin belirlenmesi, kaynakların etkin kullanımı, lojistik/tedarik zinciri faaliyetlerinin iyileştirilmesi, ürün geliştirme ve farklılaştırma için ihtiyaç duyulan bilgilere erişilmesi ve rekabet avantajı sağlama gibi birçok hususta önemli kazanımlar sağlamaktadır (Foedermayr ve Diamantopoulos, 2008a; 2008b; Nacar ve Uray, 2014).

Uluslararası pazar bölümlendirme ise pazar bölümlendirmenin bir alt araştırma alanı olarak ülkeler arası ve kültürler arası karşılaştırmaları odağına almaktadır (Nacar ve Uray, 2014). Uluslararası pazarlara açılmayı düşünen bir işletmenin benimsemesi gereken ilk stratejilerden biri ülkeleri pazar bölümlendirmesine tabi tutmaktır. Böylelikle, erişimi kolay veriler kullanılarak makro düzeyde pazarların tespit edilmesi mümkün olmakta ve maliyetler azaltılabilmektedir (Kara ve Gürdal, 2017). Uluslararası pazarların yerel pazarlardan daha karmaşık olması ve derin farklılıklar içermesi, altyapı, ülkelerin bölgesel iş birlikleri oluşturması, siyasi istikrarın farklılaşması, tedarik zinciri alanında yaşanan gelişmeler, sermayenin uluslararasılaşması, işgücünün sınır ötesi dolaşımındaki kolaylıklar, ürün ve hizmet standartlarındaki farklılıklar, iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler uluslararası pazar bölümlendirmenin artan önemini göstermektedir (Cavuşgil vd., 2004; Nacar, 2014). Diğer taraftan, işletmeler açısından yabancı bir ülkeye giriş hayati derecede önem arz edebilir ve yanlış pazar seçimi yıkıma yol açabilir (Arslan, 2006).

Uluslararası pazarlama alanındaki araştırmacılar, tüketicilerin yabancı ülkelere ve küreselleşmeye yönelik eğilimlerini araştırma sorusu olarak sıklıkla incelemektedir. Uluslararası tüketici pazarlarını bölümlere ayırma amacından hareketle literatür, bu tür eğilimleri yakalamak için çok sayıda yapı ve ölçüm aracı sunmuş ve benimsemiştir (Tektaş, 2010; Bartsch vd., 2016). Bu çalışmada ise WVS-EVS (Dünya Değerler Araştırması-Avrupa Değerler Araştırması) veri gruplarından hayat algısı değişkenleri, ülkelerin pazar bölümlendirmesinin gerçekleştirilmesi amacıyla kullanılacaktır. Çalışma kapsamında veriler WVS ile EVS ortak veri tabanından elde edilmiştir (EVS, 2022; EVS/WVS, 2022 Haerpfer vd., 2022). Ayrıca, pazar bölümlendirmesi kapsamında ülkelerin kümelenmesinde, grup içi ortalama bağlantı yönteminden

yararlanılmıştır. Grup içi ortalama bağlantı yöntemi küme içi benzerlikleri yüksek, kümeler arası uzaklığı ise fazla kılması nedeniyle tercih edilmiştir (Alpar, 2013).

1. Literatür

Pazar bölümlendirmesi ve uluslararası pazarlama bağlamında, 2014-2023 yıllarında yayınlanan ve ülkelerin incelendiği bilimsel çalışmalardan öne çıkanlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1 Pazar Bölümlendirmesi ve Uluslararası Pazarlama Çalışmaları

Yazar(lar)	Araştırmanın Konusu & Öne Çıkan Bulgular	Yöntem
Müller ve Hamm (2014)	Kümeleme analizi ile gerçekleştirilen pazar bölümlendirmesinin yıllara göre değişimi incelenmiş ve küme sayısının birkaç yıl içinde değişebileceği vurgulanmıştır.	Ward ve k-ortalama kümeleme analizi yöntemleri
Nacar ve Uray (2014)	Uluslararası pazarlama literatüründe pazar bölümlendirmesi konu alan çalışmaların literatürü verilmiştir.	Literatür incelemesi
Cho vd. (2014)	Şarap turizmi kısıtlamalarını, pazar bölümlendirmesi bağlamında yüksek kısıtlamalar, maliyet ve zaman bilinçli, aile birlikteliği, motivasyonsuz ve minimal kısıtlamalar adı verilen beş grup altında incelemiştir. Şarap bölgelerini ziyaret etme tercihi ve niyetinin beş küme arasında önemli ölçüde farklılaştığı belirtilmiştir.	ANOVA (Analysis Of Variance)
Bang vd. (2014)	Gelişmekte olan pazarlardaki büyük nüfus tabanı etkisi nedeniyle, düşük ürün penetrasyonu ve tüketim seviyelerinin dahi ürün kategorisi düzeyinde oldukça büyük mevcut müşteri tabanına neden olduğu belirtilmiştir.	Kavramsal Değerlendirme
Nasir ve Karakaya (2014)	Organik gıda pazar bölümlerindeki tüketici grupları arasında sağlık yönelimleri, sosyal olarak sorumlu tüketim, çevresel sorumluluk ve değerler ve yaşam tarzları açısından farklılıklar olup olmadığını incelemiştir. Organik gıdalara yönelik tutumları daha olumlu olan tüketici kesiminin diğer kesimlere göre daha yüksek düzeyde sağlık yönelimli ve sosyal sorumluluk sahibi tüketim davranışı sergilediği ifade edilmiştir.	K-ortalama kümeleme analizi yöntemi
De Moiji (2015)	Ulusal kültür boyutlarının uluslararası pazarlama bağlamında kullanımı incelenmiştir.	Kavramsal değerlendirme
Bartsch vd. (2016)	Yabancı ülkelere ve küreselleşmeye yönelik olumlu tüketici eğilimlerinin sınıflandırılarak incelenmesi gerçekleştirilmiştir.	Literatür incelemesi
Díaz-Pérez ve Bethencourt-Cejas (2016)	Pazar bölümlendirmesinde CHAID analizinin uygulanması, İspanya'nın Las Palma adasına gelen yabancı turistlerin gruplandırılması ile uygulamalı olarak ele alınmıştır.	CHAID (Chi Squared Automatic Interaction Detection) analizi
Kara ve Gürdal (2017)	İhracat firmalarının uluslararası pazar bölümlendirme stratejileri ve başarılarına etki eden faktörler incelenmiştir. Farklı ülkelerde benzer pazarların tespit edilmesi ve seçilmesinin ihracat performansını artırdığı ifade edilmiştir.	Yapısal eşitlik modellemesi
Ghorabae et al. (2017)	Bir ayakkabı firmasına yönelik pazar segmentasyonlarının üstünlük sıralaması gerçekleştirilmiştir.	Bulanık CODAS (Combinative Distance Based Assessment)
Tkaczynski (2017)	İki aşamalı kümeleme analizinin pazar bölümlendirmesi çalışmalarında kullanımı incelenerek bir okul seyahati sosyal pazarlama kampanyası için katılımcıların gruplara ayırma işlemi gerçekleştirilmiştir.	İki aşamalı kümeleme analizi yöntemi
Ahani vd. (2019)	Bir çevrimiçi seyahat rehberlik web sitesindeki incelemeler aracılığıyla Spa otellerinde pazar bölümlendirmesi ve seyahat seçimi tahmini gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında önerilen hibrit makine	SOM (Self-Organizing Maps), HOSVD (Higher Order Singular Value Decomposition), CART (Classification and

	öğrenme yönteminin çevrimiçi sosyal medya verilerinin spa oteli/tatil köyü pazar bölümlendirmesinde kullanılabileceği ifade edilmiştir.	Regression Tree) yöntemlerinden oluşan Hibirt Makine Öğrenme modeli
Aytekin et al. (2022)	Tedarik zinciri faaliyeti gerçekleştiren işletmeler açısından ülkelerin Enterprise Survey verileri bağlamında sınıflandırılması gerçekleştirilmiştir. İncelenen ülkelerin %22'si yatırım yapılabilir ve %19'u ise riskli olarak tespit edilmiştir.	REF-Sort (Nearest Solution to References-Sort)

Tablo 1'den pazar bölümlendirmesi ve uluslararası pazarlama kapsamında gerçekleştirilen çalışmalarda sıklıkla kümeleme analizi yöntemlerine başvurulduğu görülebilmektedir. Ayrıca, pazar bölümlendirmesinde dikkate alınan kriterler ya da değişkenler araştırma özelinde değişkenlik göstermektedir. Bir diğer önemli nokta ise kullanılan yöntemlerin çeşitliliğidir. Makine öğrenmesi, regresyon analizi, kümeleme analizi ve çok kriterli karar verme yöntemlerinin pazar bölümlendirmesi çalışmalarında kullanıldığını Tablo 1'den görmek mümkündür. Bu çalışma, literatürdeki diğer çalışmalardan farklı olarak insanların hayat algıları bağlamında ülkelerin kümelendirilmesini içermektedir. Böylelikle, uluslararası pazarlama literatürüne farklı bir bakış açısı kazandırılacağı düşünülmektedir.

2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada kullanılan veriler, WVS (2022) ve EVS (2022) için ortak derlenen veri tabanı ve hazırlanan raporlardan elde edilmiştir. Ülkelere ilişkin hayat algısı değişkenlerine verilen cevaplardan olumlu olanlar analizlerde temel alınmıştır. Analizlerde ise kümeleme analizi yöntemlerinden, grup içi ortalama bağlantı yöntemi küme içi benzerlikleri yüksek, kümeler arası uzaklığı ise fazla kılması nedeniyle tercih edilmiştir (Alpar, 2013).

Ortalama bağlantı yönteminde, k ve l önceden oluşturulmuş kümeleri, m yeni oluşturulacak kümeyi, N kümelerin eleman sayısını ve d uzaklıklarını göstermek üzere eşitlik (1)'den yararlanılmaktadır (Özdamar, 2013).

$$d_{mj} = \frac{N_k d_{kj} + N_l d_{lj}}{N_m} \quad (1)$$

Ortalama bağlantı yöntemi, hiyerarşik kümeleme işlemi sağlamaktadır. Küme sayısına karar verilmesinde ise dendrogram, buz ağacı gibi görsel araçlardan sıklıkla yararlanılmaktadır. Ayrıca, farklı yöntemlerle elde edilen kümeleme analizi sonuçlarıyla karşılaştırmalar yapılması da önerilmektedir (Alpar, 2013). Ele alınan çalışmada, analizlerin gerçekleştirilmesinde SPSS 25 yazılımı kullanılmıştır.

3. Bulgular

Tablo 2'de çalışmada yer verilen değişkenlere ilişkin özet bilgiler sunulmuştur. Söz konusu özet bilgiler, ilgili değişkenin ortalama, en küçük ve en büyük değerlerini içermektedir.

Tablo 2 Değişkenler ve Özet Bilgiler

Kod	Değişken	Dikkate Alınan Cevaplar	Ortalama Değer	En Küçük Değer	En Büyük Değer
G1	Ailenin Hayattaki Önemi	Çok Önemli + Oldukça Önemli	98.67	93.85	100.00
G2	Arkadaşların Hayattaki Önemi	Çok Önemli + Oldukça Önemli	88.33	48.70	98.30
G3	Boş Zamanın Hayattaki Önemi	Çok Önemli + Oldukça Önemli	84.84	54.60	96.00
G4	Politikanın Hayattaki Önemi	Çok Önemli + Oldukça Önemli	41.96	15.50	76.90
G5	İşin Hayattaki Önemi	Çok Önemli + Oldukça Önemli	89.68	72.70	99.70
G6	İnancın Hayattaki Önemi	Çok Önemli + Oldukça Önemli	64.28	13.00	100.00
G7	Mutluluk Hissi	Çok Mutlu + Oldukça Mutlu	84.93	51.90	97.30

G8	Sağlık Durumu (Öznel)	Çok İyi+ İyi+ Orta	92.42	77.90	99.70
G9	Yaşam Memnuniyeti	1 En Kötü -10 En İyi Değerleme Arasından 6-10 Değerleme Toplamı	76.92	15.10	93.40
G10	Seçim ve Kontrol Özgürlüğü	1 En Kötü -10 En İyi Değerleme Arasından 6-10 Değerleme Toplamı	68.18	37.20	91.90
G11	Önemli Çocuk Niteliklerinden Görgü Kuralları	Var Olma Durumu	76.72	0.40	98.30
G12	Önemli Çocuk Niteliklerinden Bağımsızlık	Var Olma Durumu	44.53	13.80	85.40
G13	Önemli Çocuk Niteliklerinden Sıkı Çalışma	Var Olma Durumu	51.72	8.20	90.90
G14	Önemli Çocuk Niteliklerinden Sorumluluk Hissi	Var Olma Durumu	66.84	35.30	87.60
G15	Önemli Çocuk Niteliklerinden Hayal Etme	Var Olma Durumu	21.18	5.00	52.40
G16	Önemli Çocuk Niteliklerinden Diğer İnsanlara Hoşgörü ve Saygı	Var Olma Durumu	65.07	34.60	92.40
G17	Önemli Çocuk Niteliklerinden Para ve Eşya Tasarrufu	Var Olma Durumu	30.79	6.80	65.20
G18	Önemli Çocuk Niteliklerinden Azim ve Kararlılık	Var Olma Durumu	34.33	10.80	67.50
G19	Önemli Çocuk Niteliklerinden Bir Şeye İnanarak Bağlanma	Var Olma Durumu	30.26	1.10	89.50
G20	Önemli Çocuk Niteliklerinden Bencil Olmama	Var Olma Durumu	26.86	4.00	62.10
G21	Önemli Çocuk Niteliklerinden Uyum	Var Olma Durumu	29.47	2.70	75.50
G22	Dini Kurumlara Üyelik	Var Olma Durumu	29.98	0.30	90.90
G23	Eğitim, Sanat, Müzik veya Kültürel Faaliyetlere İlişkin Üyelik	Var Olma Durumu	16.66	1.40	52.30
G24	İşçi Sendikalarına Üyelik	Var Olma Durumu	14.84	0.20	62.80
G25	Siyasi Partilere Üyelik	Var Olma Durumu	11.20	0.50	48.60
G26	Koruma, Çevre, Ekoloji, Hayvan Haklarına İlişkin Kurumlara Üyelik	Var Olma Durumu	10.33	0.50	37.40
G27	Meslek Kuruluşlarına Üyelik	Var Olma Durumu	13.25	0.20	97.90
G28	Spor veya Eğlence Kuruluşlarına Üyelik	Var Olma Durumu	22.15	1.00	56.20
G29	Tüketici Gruplarına Üyelik	Var Olma Durumu	7.93	0.10	32.80
G30	Diğer Gruplara Üyelik	Var Olma Durumu	9.94	0.20	100.00
G31	İnsani veya Yardım Kuruluşlarına Üyelik	Var Olma Durumu	14.69	0.50	38.40
G32	Karşılıklı ya da Grup İçi Yardım Kuruluşuna Üyelik	Var Olma Durumu	10.94	0.30	58.70
G33	Farklı Irktan Komşunun Varlığı	Var Olma Durumu	16.18	0.60	70.40
G34	Alkolik Komşunun Varlığı	Var Olma Durumu	65.38	29.20	95.20
G35	Göçmen – Yabancı İşçi Komşunun Varlığı	Var Olma Durumu	22.09	2.60	72.80
G36	Madde Bağımlısı Komşunun Varlığı	Var Olma Durumu	79.22	35.50	98.80
G37	Homoseksüel Komşunun Varlığı	Var Olma Durumu	41.17	1.90	93.80
G38	İnsanlara Güven Duyma	Çoğu İnsanı Güvenilir Bulma	24.87	2.10	73.90

G37’de eksik verisi olan İran ve Tacikistan’a ilgili değişkenin ortalama değeri atanmıştır. Grup içi ortalama bağlantı yöntemiyle küme sayısı dendogram dikkate alınarak belirlenmiştir. Dendogramda yatay olarak çizilmiş iki çizgi bağlamında, ele alınan araştırma için küme sayısının

3, 4 veya 5 olabileceği tespit edilmiştir. Bu kapsamda, 3, 4 ve 5 kümeli sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3 Kümeleme Analizi Sonuçları

Ülkeler	Küme Sayısı			Ülkeler	Küme Sayısı			Ülkeler	Küme Sayısı		
	3	4	5		3	4	5		3	4	5
Arnavutluk	1	1	1	Meksika	2	2	2	İsviçre	2	3	3
Ermenistan	1	1	1	Nikaragua	2	2	2	Tayvan ROC	2	3	3
Bangladeş	1	1	1	Pakistan	2	2	2	Tayland	2	3	3
Mısır	1	1	1	Peru	2	2	2	ABD	2	3	3
Gürcistan	1	1	1	Filipinler	2	2	2	Azerbaycan	1	1	4
Ürdün	1	1	1	Polonya	2	2	2	Belarus	1	1	4
Kırgızistan	1	1	1	Portekiz	2	2	2	Bulgaristan	1	1	4
Lübnan	1	1	1	Porto Riko	2	2	2	Çin	1	1	4
Maldivler	1	1	1	Sırbistan	2	2	2	Çekya	1	1	4
Karadağ	1	1	1	Tunus	2	2	2	Estonya	1	1	4
Myanmar	1	1	1	Uruguay	2	2	2	Macaristan	1	1	4
K. Makedonya	1	1	1	Venezuela	2	2	2	Kazakistan	1	1	4
Romanya	1	1	1	Avustralya	2	3	3	Letonya	1	1	4
Türkiye	1	1	1	Avusturya	2	3	3	Litvanya	1	1	4
Andorra	2	2	2	Kanada	2	3	3	Macau SAR	1	1	4
Arjantin	2	2	2	Danimarka	2	3	3	Moğolistan	1	1	4
Bolivya	2	2	2	Finlandiya	2	3	3	Rusya	1	1	4
Bosna- Hersek	2	2	2	Almanya	2	3	3	Slovakya	1	1	4
Brezilya	2	2	2	Büyük Britanya	2	3	3	G. Kore	1	1	4
Şili	2	2	2	Hong Kong SAR	2	3	3	Tacikistan	1	1	4
Kolombiya	2	2	2	İzlanda	2	3	3	Ukrayna	1	1	4
Hırvatistan	2	2	2	Japonya	2	3	3	Vietnam	1	1	4
G.K.R.Y.	2	2	2	Hollanda	2	3	3	Etiyopya	3	4	5
Ekvador	2	2	2	Yeni Zelanda	2	3	3	Endonezya	3	4	5
Fransa	2	2	2	K. İrlanda	2	3	3	Kenya	3	4	5
Yunanistan	2	2	2	Norveç	2	3	3	Libya	3	4	5
Guatemala	2	2	2	Singapur	2	3	3	Malezya	3	4	5
İran	2	2	2	Slovenya	2	3	3	Fas	3	4	5
Irak	2	2	2	İspanya	2	3	3	Nijerya	3	4	5
İtalya	2	2	2	İsveç	2	3	3	Zimbabwe	3	4	5

Tablo 3'ten üç, dört ve beş küme üzerinden gerçekleştirilen analizler neticesinde Küme 1'de Arnavutluk, Ermenistan, Bangladeş, Mısır, Gürcistan, Ürdün, Kırgızistan, Lübnan, Maldivler, Karadağ, Myanmar, K. Makedonya, Romanya ve Türkiye'nin yer aldığı görülmektedir. Söz konusu ülkelerin çoğunluğu Müslüman nüfusu içermektedir. Ayrıca, bu ülkelerin önemli bir kısmının sahip olduğu topraklar bir zamanlar Osmanlı İmparatorluğu egemenliği altında kalmıştır. Bir diğer ortak özellik ise önemli miktarda Türk topluluklarının bahsi geçen ülkelerde yaşamasıdır (İnalçık, 1993; Oruç, 2009; Nureski, 2016; Eviz, 2023). Küme 1'de yer alan ülkelerin bahsi geçen özelliklerin etkisiyle aynı küme altında toplandığı ifade edilebilir. Bununla birlikte, 5 kümeli sonuçlardan farklı olarak 3 ve 4 kümeli sonuçlarda Küme 1'e Azerbaycan, Belarus, Bulgaristan, Çin, Çekya, Estonya, Macaristan, Kazakistan, Letonya, Litvanya,

Macau, Moğolistan, Rusya, Slovakya, G. Kore, Tacikistan, Ukrayna ve Vietnam eklenmektedir. Öte yandan, Tablo 3'teki sonuçlar 5 kümeli değerlendirmenin daha anlaşılabilir biçimde yorumlanmaya olanak sağladığını göstermektedir. Bu kapsamda, sonuçların yorumlanmasına 5 küme üzerinden devam edilecektir. Beş küme bağlamında elde edilen sonuçlar Şekil 1'deki gibi görselleştirilmiştir.

Şekil 1 Beş Kümenin Dünya Haritası Üzerinde Görselleştirilmesi



Beş kümeli sonuçlarda ikinci kümede yer alan ülkeler arasında Andorra, Arjantin, Bolivya, Bosna Hersek, Brezilya, Şili, Kolombiya, Hırvatistan, GKRY, Ekvador, Fransa, Yunanistan, Guatemala, İran, Irak, İtalya, Meksika, Nikaragua, Pakistan, Peru, Filipinler, Polonya, Portekiz, Porto Riko, Sırbistan, Tunus, Uruguay, Venezuela bulunmaktadır. İncelenen Güney Amerika ve Latin Amerika ülkelerinin tamamı ikinci kümede toplanmıştır. Bununla birlikte, İran, Irak ve Pakistan gibi birbirine yakın bölgedeki üç ülkede bu kümede yer almıştır.

Beş kümeli sonuçlara göre üçüncü kümede yer alan ülkeler Avustralya, Avusturya, Kanada, Danimarka, Finlandiya, Almanya, Büyük Britanya, Hong Kong, İzlanda, Japonya, Hollanda, Yeni Zelanda, Kuzey İrlanda, Norveç, Singapur, Slovenya, İspanya, İsveç, İsviçre, Tayvan, Tayland ve ABD'dir. Üçüncü küme yüksek gelir düzeyine sahip ve Batı ülkeleri olarak tanımlanan ülkelerden oluşmaktadır.

Şekil 1'den görüleceği üzere, beş kümeli sonuçlarda dördüncü kümede yer alan ülkeler Azerbaycan, Belarus, Bulgaristan, Çin, Çekya, Estonya, Macaristan, Kazakistan, Letonya, Litvanya, Makau, Moğolistan, Rusya, Slovakya, Tacikistan, Ukrayna ve Vietnam'dır. Dördüncü küme ülkeleri, ağırlıklı olarak Asya ve eski Doğu Bloku ülkeleridir.

Beşinci kümede ise Etiyopya, Endonezya, Kenya, Libya, Malezya, Fas, Nijerya ve Zimbabve yer almaktadır. İncelenen Afrika ülkelerinden Tunus haricindekiler bu kümede toplanmıştır.

Sonuç

Uluslararası pazarlama yöneticileri açısından işletmelerin yabancı pazar arayışında cazip ülke pazarlarını taramak ve belirlemek oldukça zor bir görevdir. Yöneticilerin süreç boyunca onlara rehberlik edecek sistematik bir yaklaşıma ihtiyacı vardır (Cavusgil vd., 2004). Bu çerçevede ele alınan çalışmada, ülkelerin vatandaşlarının hayat algılarına yönelik VWS-EVS

araştırmalarında kullanılan değişkenlerden yararlanılarak uluslararası pazar bölümlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.

Kümeleme analizi yöntemlerinden ortalama bağlantı ile elde edilen bölümlendirme sonuçlarına göre, coğrafi ve tarihi miras olarak birbirine yakın ve ekonomik gelişmişlik düzeyleri birbirine benzer olan ülkeler genel olarak aynı küme altında toplanmıştır. Buna göre Küme 1'deki ülkelerin çoğunluğu eski Osmanlı İmparatorluğu egemenliği altındaki topraklarda bulunmaktadır. Küme 2, ağırlıklı olarak Latin Amerika, Avrupa'nın Akdeniz'e sahili olan ülkeler ile İran, Irak ve Pakistan gibi birbirine yakın ülkeleri içermektedir. Küme 3 ise gelişmiş ve Batı Bloku altında değerlendirilen ülkelere oluşmaktadır. Küme 4 ağırlıklı olarak Asya ve eski Doğu Bloku ülkelerinden meydana gelmiştir. Son olarak Küme 5'te ise Afrika ülkeleri bulunmaktadır.

Genel olarak ülkelerin bölgesel yakınlıkları, ortak tarihi mirasları ve gelişmişlik düzeylerine paralel biçimde kümelendiği ifade edilebilir. Bu sonuç, uluslararası pazarların bölümlendirilmesinde coğrafya, ekonomik iş birlikleri, gelişmişlik düzeyi, dil, din ve kültür kriterleri dikkate alan çalışmaların sonuçlarıyla belirli ölçüde örtüşmektedir (Cavusgil vd., 2004; Arslan, 2006). Ulaşılan sonuçlar, coğrafya ve ekonomik gelişmişliğin kültür üzerindeki etkisini de göstermektedir. Benzer bir etkinin insanların hayat algıları açısından da geçerli olduğu ifade edilebilir. İşletmeler, yeni pazar tercihlerinde ülkelerin kültürel özelliklerini ve toplumların hayat algılarını dikkate alarak etkin tercihler gerçekleştirebilir. Öte yandan, uluslararası pazarlar taşıdıkları özelliklerle yerel pazarlardan farklılaşmakta, yoğun ve sert rekabeti içermektedir (Arslan, 2006). Ülkelerin, işletmeler açısından yatırım yapılabilirlik risk düzeyleri birbirinden farklıdır (Aytekin vd., 2022). Bu nedenle, işletmelerin sınır ötesi yeni pazarlara giriş yapmadan önce iç pazarda yeterli ölçüde deneyim sağlaması ve fizibilite analizlerinin etkin biçimde gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Arslan, 2006).

Elde edilen sonuçlar, işletmelerin pazar bölümlendirilmesi ve yeni pazar arayışlarında toplumların hayat algısı değişkenlerinden önemli çıkarımlar sağlayabileceğini göstermektedir. Pazarlamanın tüketici ihtiyaç ve talepleri ile dönüştüğü bilinen bir gerçektir. Son dönemde, çevreye duyarlı ürün tüketimi ve talebini merkezine alan yeşil pazarlama (Kapusuz vd., 2023) ve artan teknolojik gelişme ile birlikte ortaya çıkan dijital dönüşüm (Dana vd., 2022) kapsamında, uluslararası pazarlama araştırmaları gerçekleştirilebilir. Ayrıca, gelecek araştırmalarda her bir kümede yer alan ülkelerin taşıdığı ortak özelliklerin daha detaylı biçimde incelenmesi ile işletmelere, karar alıcılara ve literatüre katkı sağlanabilir.

Kaynakça

- Ahani, A., Nilashi, M., Ibrahim, O., Sanzogni, L., & Weaven, S. (2019). Market segmentation and travel choice prediction in Spa hotels through TripAdvisor's online reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 80, s. 52-77.
- Alpar, R. (2013). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Arslan, K. (2006). Kobi'lerin uluslararası pazarlama faaliyetlerinde pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi ile ilgili örnek olay analizi. *Verimlilik Dergisi*, (4).
- Aytekin, A., Görçün, Ö. F., Ecer, F., Pamucar, D., & Karamaşa, Ç. (2022). Foreign market selection of suppliers through a novel REF-Sort technique. *Kybernetes*.
- Bang, V. V., Joshi, S. L., & Singh, M. C. (2016). Marketing strategy in emerging markets: a conceptual framework. *Journal of Strategic Marketing*, 24(2), s. 104-117.
- Bartsch, F., Riefler, P., & Diamantopoulos, A. (2016). A taxonomy and review of positive consumer dispositions toward foreign countries and globalization. *Journal of International Marketing*, 24(1), s. 82-110.
- Cavusgil, S. T., Kiyak, T., & Yeniuyurt, S. (2004). Complementary approaches to preliminary foreign market opportunity assessment: Country clustering and country ranking. *Industrial Marketing Management*, 33(7), 607-617.

- Cho, M., Bonn, M. A., & Brymer, R. A. (2017). A constraint-based approach to wine tourism market segmentation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(4), s. 415-444.
- Dana, L. P., Salamzadeh, A., Mortazavi, S., & Hadizadeh, M. (2022). Investigating the impact of international markets and new digital technologies on business innovation in emerging markets. *Sustainability*, 14(2), 983.
- De Mooij, M. (2015). Cross-cultural research in international marketing: clearing up some of the confusion. *International Marketing Review*. 32(6).
- Díaz-Pérez, F. M., & Bethencourt-Cejas, M. (2016). CHAID algorithm as an appropriate analytical method for tourism market segmentation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(3), s. 275-282.
- Eviz, V. (2023). Bosna'dan Osmanlı topraklarına göç üzerine bir inceleme (1878). *Genel Türk Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 299-316.
- EVS/WVS (2022). European Values Study and World Values Survey: Joint EVS/WVS 2017-2022 Dataset (Joint EVS/WVS). GESIS Data Archive, Cologne. ZA7505. Dataset Version 4.0.0, doi:10.4232/1.14023
- EVS (2022). European Values Study 2017: Integrated Dataset (EVS 2017). GESIS Data Archive, Cologne. ZA7500 Data file Version 5.0.0, doi:10.4232/1.13897
- Foedermayr, E. K., & Diamantopoulos, A. (2008a). Market segmentation in practice: Review of empirical studies, methodological assessment, and agenda for future research. *Journal of Strategic Marketing*, 16(3), 223-265.
- Foedermayr, E. K., & Diamantopoulos, A. (2008b). Exploring the construct of segmentation effectiveness: Insights from international companies and experts. *Journal of Strategic Marketing*, 16(2), 129-156.
- Ghorabae, M. K., Amiri, M., Zavadskas, E. K., Hooshmand, R., & Antuchevičienė, J. (2017). Fuzzy extension of the CODAS method for multi-criteria market segment evaluation. *Journal of Business Economics and Management*, 18(1), s. 1-19.
- Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. (eds.). 2022. World Values Survey: Round Seven-Country-Pooled Datafile. Madrid, Spain & Vienna, Austria: JD Systems Institute & WVSA Secretariat. Version. 5.0.0, doi:10.14281/18241.20.
- Inalcik, H. (1993). Türkler ve Balkanlar. *Balkanlar Ortadoğu ve Balkan İncelemeleri*, 9-32.
- Kara, A., & Gürdal, S. (2017) Uluslararası pazar bölümlendirme ve konumlandırma stratejilerinin ihracat performansına etkisi: Türk ihracatçıları üzerine bir araştırma. *İstanbul Journal of Social Sciences* (17), s. 69-95.
- Kapusuz, N., Durukan, T., & Kartal, C. (2023). Geleneksel Pazarlamadan Yeşil Pazarlamaya Geçiş Süreci: Tüketicinin Yeşil Ürün Tercihini Etkileyen Faktörler. *Güncel Gelişmelerle Pazarlama Konular ve Araştırmalar-I*, 75.
- Kotler ve Keller (2018) Çev. İbrahim Kırcova. Beta Yayınevi/ İstanbul
- Müller, H., & Hamm, U. (2014). Stability of market segmentation with cluster analysis—A methodological approach. *Food Quality and Preference*, 34, s. 70-78.
- Nacar, R., & Uray, N. (2014). Küresel tüketici kültürü kavramıyla birlikte değişen pazar bölümlendirme yaklaşımları: Uluslararası pazarlama literatürüne bakış. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), s. 23-51
- Nasir, V. A., & Karakaya, F. (2014). Consumer segments in organic foods market. *Journal of Consumer Marketing*. 31(4), s. 263-277.

- Nureski, D. (2016). Osmanlı'dan günümüze Makedonya'daki Türk kültürü ve Makedonya'nın Türk kültür tarihindeki yeri ve önemi. *Avrasya Etüdleri*, 50(2), 351-388.
- Oruç, Z. (2009). Dünden Bugüne Balkan Türklüğü: Bir Analiz Denemesi. *Journal of Azerbaijani Studies*, 49-58.
- Özdamar, K. (2013). Paket Programlarla Veri Analizi Cilt 2, 9. Baskı, Eskişehir, Nisan Kitabevi.
- Smith, W. R. (1956). Product differentiation and market segmentation as alternative marketing strategies. *The Journal of Marketing*, s. 3-8
- Tektaş, Ö. Ö. (2010). Uluslararası pazarlama alanında yapılan araştırmaların kategorik olarak değerlendirilmesi: 1995-2010 yılları arası literatür taraması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 151-174.
- Tkaczynski, A. (2017). Segmentation using two-step cluster analysis. In *Segmentation in social marketing* (pp. 109-125). Springer, Singapore.

TİCARET MESLEK LİSELERİNDE MUHASEBE EĞİTİMİ: GAZİANTEP İLİ ŞAHİNBEY İLÇESİ MUHASEBE ÖĞRETMENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Cuma ERCAN

Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, cercan27@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7440-740X

Mehmet ÖS

Dr., SMMM, Gaziantep, mmmehmetos@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-7602-0778

Özet

Bu çalışmanın amacı, muhasebe öğretmenlerinin bakış açısıyla ticaret meslek liselerinde verilen muhasebe eğitimini incelemek ve muhasebe eğitimi ile ilgili karşılaşılan sorunları tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep ili Şahinbey ilçesinde bulunan ticaret meslek liselerinde görevli muhasebe öğretmenleri üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile değerlendirilmiş, yüzde ve frekans yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada, her dönem başında öğretmenlere güncel gelişmelerle ilgili hizmet içi eğitimin verilmesi ve ders müfredatlarının bu gelişmelere paralel olarak güncellenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin en çok zorlandığı muhasebe dersinin "Genel Muhasebe" olduğu tespit edilmiştir. Ticaret meslek liselerinde verilen teorik dersler ile uygulama arasındaki farklılıklar, öğrenci profilinin düşük olması, staj uygulamalarının mesleki yeterlilik açısından yetersiz kalması gibi problemler muhasebe eğitiminde karşılaşılan önemli sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelime: Muhasebe Eğitimi, Ticaret Meslek lisesi, Teknoloji ve Muhasebe.

ACCOUNTING EDUCATION IN COMMERCE VOCATIONAL HIGH SCHOOLS FROM THE PERSPECTIVE OF ACCOUNTING TEACHERS: THE CASE OF GAZİANTEP PROVINCE

Cuma ERCAN

Assoc. Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, cercan27@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7440-

Mehmet ÖS

PhD., Public Accountatn, Gaziantep, mmmehmetos@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-7602-0778

Abstract

The aim of this study is to examine the accounting education given in vocational commerce high schools from the perspective of accounting teachers and to identify the problems encountered in accounting education. For this purpose, a research was conducted on accounting teachers working in commerce vocational high schools in Şahinbey district of Gaziantep province. Survey technique was used in the research. The data obtained was evaluated with the SPSS program and analyzed with the percentage and frequency method. The research concluded that teachers should be given in-service training on current developments at the beginning of each semester and course curricula should be updated in parallel with these developments. It has been determined that the accounting course that students have the most difficulty in is "General Accounting". Problems such as differences between theoretical courses given in vocational commerce high schools and practice, low student profile, and insufficient internship practices in terms of professional qualification have been identified as important problems encountered in accounting education.

Keywords: Accounting Education, Commerce Vocational High School, Technology and Accounting.

Giriş

İş yapma usul ve esaslarının gelişen ve değişen teknolojik ortam sonucu daha girift ve karmaşık hale geldiği bir gerçektir. Böylesi bir ortamda görev üstlenecek bu süreçlerin çalışanlarının da her zamankinden daha nitelikli bir formasyona sahip olmaları kaçınılmaz olmaktadır. Ticari münasebetlerin gelişmesiyle birlikte 21. Yüzyılda nitelikli iş gücüne olan ihtiyacın her geçen gün hızlı bir şekilde arttığı gözlemlenmektedir. Nitelikli iş gücüne olan ihtiyacın hızlı bir şekilde artması birçok meslek grubunda olduğu gibi muhasebe meslek mensuplarının yardımcı eleman ihtiyaçlarını da derinleştirmektedir. Ticari münasebetlere olan entegrasyonu üst düzeyde olan muhasebe bilimi nitelikli iş gücüne ihtiyaç bakımında en çok etkilenen meslek grupları arasında sıralanmaktadır. İş dünyasının ihtiyaç duyduğu nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla ortaöğretim düzeyinde muhasebe eğitiminin verildiği en önemli kurumlardan birisi de ticaret meslek liseleridir.

Ticaret Meslek Liseleri; nitelikli iş gücünün yetiştirildiği ortaöğretim düzeyinde dört yıl eğitim-öğretim veren okullardır. Bu okullarda, muhasebe ve finansman, pazarlama ve perakende, büro yönetimi ve sekreterlik, bilişim teknolojileri, ulaştırma hizmetleri, elektrik-elektronik teknolojisi alanlarında eğitim verilmektedir. Bu programlar ile öğrencilere, alanı ve mesleği ile ilgili temel bilgi ve becerileri kazandırmanın yanı sıra, yeniliğe ve değişime uyum sağlayabilen, çevresindeki insanlarla sağlıklı iletişim kurabilen, hedeflerini belirleyip bunlara ulaşmak için girişimlerde bulunabilen, gelişime ve eleştiriye açık ve mesleki yeterliklere sahip bireylerin yetiştirilmesi hedeflenmiştir. Bu okulların 9.sınıfında dersler ortak olup, 9. sınıfın sonunda öğrenci ilgi duyduğu alanı belirler ve 10. sınıfta bu alanda eğitim-öğretime başlar. Dolayısıyla alanda yer alan tüm dallara yönelik ortak yeterlikleri kazandıran dersler ağırlıklı olarak 10. ve 11. sınıfta verilmektedir. 12. sınıfta diplomaya götüren mesleki yeterlikleri içeren dersler yer almaktadır (MEB, 2010:2-4).

Ticaret meslek liselerinde eğitimin iki boyutu vardır. Birincisi; okullarda teorik eğitim, ikincisi ise; işletmelerde beceri eğitimidir. Öğrenciler iki gün okula giderken, üç gün de işletmelerde staj yapmaktadırlar. Programın özelliğine göre genellikle öğrenciler son sınıfta uygulama eğitimine gitmektedirler. Bu öğrencilere işletmelerde asgari ücretin en az %30'u oranında ücret ödenmektedir. Ayrıca bu öğrencilerin sınava girerek üniversiteye devam etme seçenekleri de bulunmaktadır.

Mesleki eğitimlerin yoğun bir şekilde uygulandığı ülkelerin başında Almanya gelmektedir. Her eyalette farklı şekilde uygulanan mesleki eğitimler, genel itibarı ile iki şekilde uygulanmaktadır. Birincisi, öğrencilerin tam zamanlı meslek okullarına gitmeleridir. İkincisi ise, işletmelerde uygulanan çıraklık eğitimlerine katılmalarıdır (Özkurt, 2001:12). Ancak Almanya'da tam zamanlı meslek okulları çok yaygın değildir. Dolayısıyla bu iki seçenek arasında eğitimlerin %90'ı işletmelerde çıraklık eğitimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Şimşek,1999: 47). İngiltere'de de mesleki eğitimler Almanya'ya benzer özellik göstermektedir. Ticaret meslek liselerine benzer bir yapı işletmelerde uygulanarak öğrencilerin istihdama katkı sunması amaçlanmaktadır. Japonya, İtalya, İspanya, Amerika ve Fransa'da mesleki eğitimler Almanya ve İngiltere'ye benzerlik göstermektedir (Özkurt, 2001:13-16).

Millî Eğitim Bakanlığı nitelikli iş gücü ihtiyacının giderilmesi amacıyla ticaret meslek liselerinin staj eğitimleri için birtakım çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar ışığında, 09.12.2016 tarihli 29913 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 1739 sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanununda değişiklik yapılarak çıraklık eğitimi örgün ve zorunlu eğitim kapsamına alınarak Mesleki Eğitim Merkezleri(MESEM) Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğüne bağlanmıştır. Resmî Gazetede yayınlanan 6764 sayılı kararname ile ticaret meslek liselerine devam eden öğrencilerin pratik uygulamalara olan uyumlarının artırılması amacıyla Türkçe, Fen Bilimleri ve Matematik dersleri dışında kalan kalan alan derslerine yönelik eğitimlerini stajlarını gerçekleştirdikleri iş yerlerinde yapmaları sağlanmıştır. Böylelikle ticaret meslek liselerinde ahilik kültüründen gelen usta çırak ilişkisine dayalı bir eğitim modeline de dönüş sağlanmış olmaktadır. MESEM eğitimleri ticaret meslek liselerinde 9. sınıftan başlayarak 12. sınıf tamamlanıncaya kadar devam etmektedir. Bu eğitimlere devam eden MESEM öğrencileri aynı zamanda asgari ücretin %30 oranında maaş alarak aile ekonomisine de katkı sunmaktadırlar. MESEM uygulamasına dahil olan öğrencilerin birçoğu, staj sürelerinin tamamlaması ile istihdam şansı bulmaktadır. Bu şekilde MESEM uygulaması

muhasebe alanında nitelikli iş gücüne olan ihtiyaca katkı sunmaktadırlar. MESEM uygulaması ile muhasebe finansman alanında eğitim veren öğretmenlerin pratik uygulamalardaki uyum açığı da aynı zamanda giderilmiş olmaktadır.

Muhasebe işlemlerinin her geçen gün geleneksel muhasebe sistemlerinden dijital muhasebeye doğru evrilmesi, bu alanda eğitim müfredatının da güncellenmesi ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde muhasebe eğitimlerinin geleneksel muhasebe anlayışından farklı bir şekilde verilmesi ticaret meslek liseleri öğrencilerinin dijital muhasebe sistemlerine ve muhasebe teknolojilerine olan uyumunu da arttırması beklenmektedir.

Günümüzde muhasebe, yönetsel kararların alınması için ortaya çıkarılan verilerin raporlanması ve analizi için kullanıldığından doğru ve doğrulanabilir bir bilgi sistemi oluşturulması her zamankinden daha da fazla önem kazanmıştır. Günümüzün teknolojik gelişmelerine uyumu üst düzey olan muhasebe biliminin, her geçen gün ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücü ve buna bağlı olarak meslek içi eğitimlerin de önemini giderek arttığını söylemek mümkündür. İşletmelerde muhasebenin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için muhasebe eğitiminin gündelik muhasebe sistemine uyumlu bir şekilde yürütülmesi işletmelerin yardımcı muhasebe elemanı ihtiyaçlarının karşılanması açısından önem kazanmıştır. Bu bakımdan teorik ve pratik eğitimleri beraber alan öğrencilerin istihdama katkılarının pratik ve teorik eğitimleri beraber almayan öğrencilere göre daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Muhasebe eğitimlerine etki eden birçok unsurdan bahsetmek mümkündür. Bu unsurları, öğrenci, öğretmen ve eğitim programı olarak sınıflandırabiliriz (Çiftçi ve Çemrek; 2018:195). Bu sınıflandırma kapsamında öğrencinin dinamik bir yapıya sahip olan muhasebe biliminin gereklerini öğrenmesi sürekliliği güncellenen mesleki müfredat ile öğretmenin teknolojik alt yapısının güncellenen müfredata uygun bir şekilde mesleki eğitimler kapsamında revize edilmesi gerektiği düşünülmektedir. İşyerlerinde mesleki eğitimlerin verilmesi güncellenen muhasebe bilimine uyumu yüksek öğrencilerin yetiştirilmesi açısından önemli bir proje olarak değerlendirilmektedir. Kil tablet dönemlerinden 21.yüzyılda dijital muhasebeye olan değişim ve dönüşüm meslek içi eğitimlerin özellikle muhasebe mesleğindeki önemini de arttırdığını söylemek mümkündür.

Ticaret meslek liselerinde verilen muhasebe eğitiminin yeterliliğini anlayabilmek için, eğitim öğretim ortamı, muhasebe derslerinin sayısı ve içeriği, derslerin işleniş biçimi, kullanılan öğretim teknikleri, öğrencilerin durumu gibi birçok unsurun incelenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, ticaret meslek liselerinde verilen muhasebe eğitiminin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın geri kalan bölümleri; literatür taraması, araştırmanın amacı ve yöntemi, bulgular ve sonuç şeklinde tasarlanmıştır.

1. Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde, muhasebe eğitimi üzerine yapılan birçok çalışmaya ulaşmak mümkündür. Ancak bu çalışmaların büyük bir çoğunluğu fakülte ve meslek yüksek okullarında verilen muhasebe eğitime ilişkindir. Ticaret Meslek Liselerinde verilen muhasebe eğitimi üzerine yapılan çalışmaların sayısı çok sınırlıdır. Bu nedenle çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Literatürdeki bu çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Ertaş ve Şimşek (2020), ticaret meslek liselerinde verilen meslek derslerinin sektör beklentilerini karşılama düzeyini Erzurum özelinde incelemişler. Araştırma sonucunda, okulda verilen derslerin genel olarak istenen mesleki şartları teorik anlamda karşıladığı, ancak öğrencilerin istenilen kazanımların sadece %43,38'ini iyi düzeyde kavrandıkları tespit edilmiştir.

Çiftçi ve Çemrek (2018), Muğla ilindeki ticaret meslek liselerinde verilen muhasebe eğitimini değerlendirmişler. Araştırma sonucunda, ders kitapları içeriğinin yetersiz olduğu ve güncel gelişmelere paralel olarak yenilenmediği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, staj uygulamalarının öğrenciye iş disiplini ve iş ahlakı kazandırdığı, okulda öğrendiği teorik bilgilerin pratiğe dönülmesi açısından çok önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Önal vd., (2017), ticaret meslek lisesindeki öğrencilere teoride kazandırılması gereken yeterliklerin ne derece kazandırıldığını işverenlerin bakış açılarıyla incelemişler. Araştırma sonucunda, genel muhasebe eğitimi kapsamında öğrencilere kazandırılması gereken becerilerin en düşük seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Özkan ve Aksoy (2015), ticaret meslek lisesindeki beceri eğitimini değerlendirmişler. Beceri eğitiminde, öğrencilere alan dışı işlerin yaptırılması, öğrencilerle yeterince ilgilenilmemesi ve hep aynı işlerin yaptırılması en önemli sorun olarak tespit edilmiştir.

Akbulut vd. (2014), ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitimini meslek mensuplarının bakış açıları ile incelenmişler. Araştırma sonucunda, meslek mensuplarının muhasebe eğitimini zayıf buldukları tespit edilmiştir. Bu noktada meslek mensupları, muhasebe eğitiminin seviyesini yükseltmek için kendilerinin görüşlerinin de alınması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Kırloğlu ve Gökgöz (2011), ticaret meslek liselerinde öğrenim gören öğrencilerin stajda karşılaştıkları sorunları araştırmışlar. Araştırma sonucunda, öğrencilerin alan dışında çalıştırıldıkları, stajın mesleki yeterlilik için yeterli olmadığı, öğrencilerin staj yerlerinde yeterince denetlenmediği tespit edilmiştir.

2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmada amaç, ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitimine ilişkin öğretmen görüşlerini belirlemektir. Bu temel amaç doğrultusunda, ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitiminin yeterliliği ve karşılaşılan sorunlar tespit edilecektir. Bu doğrultuda, Gaziantep ili Şahinbey ilçesinde ticaret meslek liselerinde görevli muhasebe öğretmenlerine bir anket uygulanmıştır. Anket çerçevesinde muhasebe finans öğretmenlerinin güncel müfredatı değerlendirmeleri istenerek, teorik bilgiler ile öğrencilerin staj süresince pratik uygulamalardaki yeterliliklerinin analiz edilmesi talep edilmiştir. Araştırmanın evrenini Gaziantep ili Şahinbey ilçesi ticaret meslek liselerinde görevli muhasebe öğretmenleri oluşturmaktadır. Şahinbey ilçesindeki ticaret meslek liselerinde 43 muhasebe öğretmeni bulunmaktadır. Bu kapsamda 34 öğretmene ulaşılabilmektedir. Anketler katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Anket 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerine ait 6 soru, ikinci bölümde ise muhasebe eğitimine ilişkin 14 soru bulunmaktadır. Bu sorulardan 1'i açık uçlu olarak sorulmuştur. Anket soruları hazırlanırken literatürdeki çalışmalardan faydalanılmıştır. Araştırmada veriler SPSS 24 ile değerlendirilmiş, yüzde ve frekans yöntemi ile analiz edilmiştir.

3. Bulgular

Bu bölümde, araştırma neticesinde elde edilen bulgular iki başlık altında açıklanmıştır. Birincisi; katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular, ikincisi ise; ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitimine ilişkin bulgulardır.

3.1. Demografik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde araştırmaya katılan muhasebe öğretmenlerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, unvan, deneyim gibi demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıda tablo halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		N	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	19	55,9
	Erkek	15	44,1
Yaş	24- 29 arası	-	-
	30-39 arası	19	55,9
	40-49 arası	9	26,5
	50 ve üzeri	6	17,6
Öğrenim Durumu	Lisans	33	97,1
	Yüksek lisans	1	2,9
	Doktora	-	-
	Öğretmen	20	58,8
	Uzman Öğretmen	9	26,5

Unvan	Baş Öğretmen	5	14,7
	Sözleşmeli Öğretmen	-	-
Mesleki Deneyim	0-5	-	-
	6-9	16	47,1
	10-15	4	11,8
	16 -20	1	2,9
	20 ve Üzeri	13	38,2
Verilen Ders Türleri	1	4	11,8
	2	3	8,8
	3	6	17,6
	4	12	35,3
	5 ve üzeri	9	26,5

Tablo 1’de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan öğretmenlerin %55,9’u kadın, %44,1’i erkeklerden oluşmaktadır. Öğretmenlerin %55,9’u 30-39 yaş, %26,5’i 40-49 yaş aralığında iken, %17,6’sı ise 50 yaş ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu (%97,1) lisans mezunu olup, yüksek lisan mezunu oranı %2,9’dur. Doktora yapan öğretmen bulunmamaktadır. Katılımcıların unvana göre dağılımı incelendiğinde, %58,8’i öğretmen, %26,5’i uzman öğretmen ve %14,7’si baş öğretmen unvanına sahip oldukları görülmektedir. Öğretmenlerin mesleki deneyime göre dağılımı incelendiğinde, %47,1’inin 6-9 yıl aralığında deneyime sahip oldukları, bunu ise %38,2 ile 20 yıl ve üzeri takip ettiği görülmektedir. Diğer taraftan öğretilerin %35,3’ü 4 farklı derse girerken, bunu %26,5 ile 5 ve üzeri farklı derslere girenler takip etmektedir.

61

3.2. Muhasebe Eğitimine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, öğretmenlerin kendi okullarında verilen muhasebe eğitimine ilişkin görüşleri aşağıda tablo halinde verilmiş ve yorumlanmıştır.

Ankete katılan öğretmenlere, “Dönem başında muhasebe ile ilgili güncel konularda hizmet içi eğitim verilmesini ister misiniz?” sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Hizmet İçi Eğitim Alma Talepleri

Dönem başında muhasebe ile ilgili güncel konularda hizmet içi eğitimin verilmesini ister misiniz?	N	Yüzde
Evet	32	94,1
Hayır	2	5,9
Toplam	34	100,0

Tablo 2’de görüldüğü gibi, araştırma kapsamında ankete katılan öğretmenlerin %94,1’i dönem başında muhasebe ile ilgili güncel konularda hizmet içi eğitimin verilmesini isterken, sadece %5,9’u istememektedir. Bu sonuçtan hareketle, eğitim-öğretim döneminin başlangıcında muhasebe öğretmenlerine mesleki gelişmelerle ilgili seminer verilmesi öğretmenlerin gelişmelerden haberdar olması açısından önem arz etmektedir.

Ankete katılan öğretmenlere, “Öğrencilerin en çok zorlandığı muhasebe dersi hangisidir?” sorusu yöneltilmiş ve alınan cevapların sonuçları Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Öğrencilerin Zorlandıkları Muhasebe Dersleri

Öğrencilerin en çok zorlandığı muhasebe dersi hangisidir?	N	%
Bilgisayarlı Muhasebe	3	8,8
Maliyet Muhasebesi	8	23,5
Genel Muhasebe	19	55,9
Tümü	4	11,8
Toplam	34	100,0

Tablo 3 incelendiğinde, öğrencilerin en çok zorlandığı muhasebe dersi %55,9 oranı ile genel muhasebe dersi olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise, %23,5 oranı ile maliyet muhasebesi dersi yer almaktadır. Öğrencilerin bütün muhasebe derslerinde zorlanma oranı ise %11,8'dir. Bütün muhasebe türlerinin temelini ve muhasebe felsefesinin kavranması ve öğrenimi genel muhasebe dersi kapsamında gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bu temeli oturtmak her zaman öğrenci ve öğretici açısından çeşitli zorluklara sahne olmaktadır. Bu ders müfredatı kapsamında yer alan konular ve uygulamalar iyi derecede öğrenildiğinde bundan sonraki aşamada öğretilen diğer muhasebe dersleri biraz daha kolay anlaşılabilir.

Ankete katılan öğretmenlere, "Mevzuat değişimini takip etmede sorun yaşıyor musunuz?" sorusu sorulmuş ve alınan cevapların sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Mevzuat Değişikliklerini İzleme

Mevzuat değişimini takip etmede sorun yaşıyor musunuz?	N	%
Evet	17	50,0
Hayır	17	50,0
Toplam	34	100,0

Tablo 4'te görüldüğü gibi, muhasebe öğretmenlerinin mevzuatla ilgili değişimleri takip etmede %50'si sorun yaşarken %50'si sorun yaşamadığını belirtmiştir. Özellikle şirketler muhasebesi, vergi muhasebe ve uygulamaları, vergi hukuku gibi sıklıkla değişen mevzuata duyarlı derslere ilişkin bilgilerin güncellenmesi gerekmektedir. Bu değişimi takip etmede öğretmenlerin %50'sinin sorun yaşaması araştırılmalıdır.

Araştırma kapsamındaki öğretmenlere, "Öğretim teknolojilerini ders anlatımında etkin bir şekilde kullanıp kullanmadıkları sorulmuş ve alınan cevapların sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Muhasebe Derslerinde Teknoloji Kullanımı

Öğretim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanıyor musunuz?	N	%
Evet	26	76,5
Hayır	8	23,5
Toplam	34	100,0

Tablo 5'te görüldüğü gibi, öğretmenlerin büyük çoğunluğu (%76,5) ders anlatımında öğretim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanırken, %23,5'i etkin olarak kullanamamaktadır. Öğretmenlerin yaklaşık ¼'ünün öğretim teknolojilerini kullanmakta yetersiz olduğu görülmektedir. Geleceğe yön verecek genç kuşaklara böylesi bir öğretmen kesimi tarafından eğitim ve öğretim verilmesi çok ciddi bir eksiklik olarak görülmelidir.

Ankete katılan öğretmenlerin, "Muhasebe derslerinin anlatılmasında slayt yönteminin kullanılmasını doğru buluyor musunuz?" sorusuna vermiş oldukları cevapların sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Muhasebe Derslerinde Slayt Kullanımı

Muhasebe derslerinde slayt yönteminin kullanılması doğru mudur?	N	%
Evet	20	60,6
Hayır	12	36,4
Kısmen	2	3,0
Toplam	34	100,0

Yukardaki tabloda görüldüğü gibi, öğretmenlerin %60,6'sı muhasebe derslerinin anlatımında slayt yönteminin kullanılmasını doğru bulurken, %36,4'ü doğru bulmamaktadır.

Ankete katılan öğretmenlere, "Aşağıdaki öğretim yöntemlerinin hangilerini daha çok uyguluyorsunuz? Sorusu sorulmuş ve verdikleri cevaplar Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Kullanılan Öğretim Yöntemi

Hangi öğretim yöntemini daha çok uyguluyorsunuz?	N	%
Anlatım	-	-
Anlatım/Soru-Cevap/Problem çözme	14	41,2
Anlatım/Uygulama	20	58,8
Toplam	34	100,0

Tablo 7'de görüldüğü gibi, öğretmenlerin %58,8'i muhasebe derslerinde "Anlatım/Uygulama" yöntemini kullanırken; %41,2'si ise "Anlatım/Soru-Cevap/Problem çözme" yöntemini kullandıkları tespit edilmiştir. Sadece "Anlatım" yönteminin ise hiç kullanılmadığı tespit edilmiştir. Muhasebe dersleri uygulamayı gerektiren bir ders olduğu için bu sonuçlar da bunu doğrular niteliktedir.

Ankete katılan öğretmenlerin, "Okulunuzdaki haftalık muhasebe ders saatleri yeterli mi? Sorusuna verdiklerin cevapların sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Haftalık Muhasebe Ders Saatleri

Okulunuzdaki haftalık muhasebe ders saatleri yeterli mi?	N	%
Yeterli	29	85,3
Kısmen yeterli	2	5,9
Yetersiz	3	8,8
Toplam	34	100,0

Tablo 8'de görüldüğü gibi, ankete katılan öğretmenlerin büyük bir çoğunluğunun (%85,3) ticaret liselerinde verilen muhasebe ders saatlerinin yeterli olduğu görüşünde oldukları tespit edilmiştir.

Ankete katılan öğretmenlere, "Muhasebe eğitimi için okulun araç ve gereçleri yeterli mi? Sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Araç ve Gereçlerin Yeterliliği

Muhasebe eğitimi için okulun araç ve gereçlerini yeterli mi?	N	%
Yeterli	13	38,2

Kısmen yeterli	13	38,2
Yetersiz	8	23,5
Toplam	34	100,0

Tablo 9’da görüldüğü gibi, ankete katılan öğretmenlerin %38,2’si muhasebe eğitimi için okulun araç ve gereçlerinin yeterli olduğu görüşünde iken; %38,2’si kısmen yeterli olduğu görüşündedir. Öğretmenlerin %23,5’i ise araç ve gereçleri yetersiz görmektedir. Bu sonuçlara göre okulun araç ve gereçlerinin muhasebe eğitimi için yeterli olduğunu söyleyebiliriz.

Ankete katılan öğretmenlere “Ticaret lisesi programında yer alan meslek derslerinin sayısı yeterli mi? Diye sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Meslek Dersleri Sayısının Yeterliliği

Programlarda yer alan meslek derslerinin sayısı yeterli mi?	N	%
Sayıca fazladır, azaltılmalı	6	17,6
Sayıca yeterlidir	16	47,1
Sayıca azdır, artırılmalı	4	11,8
Bazı dersler değiştirilmeli	8	23,5
Toplam	34	100,0

Tablo 10’da görüldüğü gibi, ankete katılan öğretmenlerin %47,1’i ticaret lisesi programında yer alan meslek derslerinin sayı olarak yeterli olduğu görüşündedir. Katılımcıların %23,5’i bazı derslerin değiştirilmesi gerektiği görüşünde iken, %17,6’sı sayının fazla olduğu ve azaltılması gerektiği görüşündedirler. Ticaret lisesinde okutulan meslek derslerinin sayısını yetersiz görenlerin oranı ise %11,8’dir.

Ankete katılan öğretmenlere "Muhasebe derslerinin içerikleri güncel gelişmelere paralel olarak yenileniyor mu? Sorusu sorulmuş ve öğretmenlerin bu soruya verdikleri cevapların sonuçları Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11. Muhasebe Derslerinin Güncelliği

Muhasebe derslerinin içerikleri güncel gelişmelere paralel olarak yenileniyor mu?	N	%
Evet	4	11,8
Hayır	18	52,9
Kısmen	12	35,3
Toplam	34	100,0

Tablo 11’de de görüldüğü gibi, ankete katılan muhasebe öğretmenlerinin %11,8’i muhasebe derslerinin içeriklerinin güncel gelişmelere paralel olarak yenilendiği görüşünde iken, %52,9’u yenilenmediği görüşündedir. Öğretmenlerin %35,3’ü ise kısmen yenilendiği görüşünde olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerin çoğunluğu ders içeriklerinin gelişmelere paralel olarak güncellenmediği görüşündedir. Dolayısıyla ticaret meslek liselerindeki muhasebe derslerinin içeriklerinin gelişmelere paralel olarak güncellenmesi gerekmektedir diyebiliriz. Genel muhasebe dersi konuları çok da güncel olmayabilir. Ama bir şirketler muhasebesi, vergi muhasebe ve uygulamaları, vergi hukuku gibi sıklıkla değişen mevzuata duyarlı derslerin daha sık güncellenmesi gerekir.

Ankete katılan öğretmenlere, “Muhasebe dersinin sınavlarını nasıl yapıyorsunuz? sorusu sorulmuş ve alınan cevapların sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 12. Meslek Dersleri Sınavlarının Yapılış Şekli

Muhasebe dersinin sınavlarının nasıl yapıyorsunuz?	N	%
Test (çoktan seçmeli)	-	-
Klasik sınav şeklinde	5	14,7
Örnek monografi şeklinde	29	85,3
Toplam	34	100,0

Tablo 12’de de görüldüğü gibi, öğretmenlerin çoğunluğu (%85,3) muhasebe derslerinin sınavlarını “Örnek monografi şeklinde” yapmaktadır. Soruların birbirinden bağımsız olarak “Klasik sınav şeklinde” yapılma oranı ise %14,7’dir. “Test (çoktan seçmeli) şeklinde” sınav ise muhasebe derslerinde uygulanmamaktadır.

Ankete katılan öğretmenlere, “Stajın (Beceri Eğitimi) gün ve saat olarak yeterli olup olmadığı sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. Stajın Gün ve Saat Olarak Yeterliliği

Staj (Beceri Eğitimi) gün ve saat olarak yeterli mi?	N	%
Yeterli	24	70,6
Kısmen yeterli	7	20,6
Yetersiz	3	8,8
Toplam	34	100,0

Tablo 13’te görüldüğü gibi, araştırmaya katılan muhasebe öğretmenlerinin %70,6’sı ticaret meslek liselerinde uygulanan stajın gün ve saat olarak yeterli olduğu görüşünde iken, %20,6’sı kısmen yeterli olduğu, %8,8’i ise yetersiz olduğu görüşündedir. Bu sonuçlara göre, ticaret meslek liselerindeki staj uygulamalarının saat ve gün olarak yeterli olduğunu söyleyebiliriz.

Ankete katılan öğretmenlere, “Stajın meslekte yetişme açısından yeterli olup olmadığı” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevapların sonuçları Tablo 14’te verilmiştir.

Tablo 14. Stajın Mesleki Gelişim Açısından Yeterliliği

Meslekte yetişme açısından staj yeterli mi?	N	%
Yeterli	14	41,2
Kısmen yeterli	11	32,4
Yetersiz	9	26,5
Toplam	34	100,0

Tablo 14’te görüldüğü gibi, ankete katılan öğretmenlerin %41,2’si mesleki yetişme açısından staj uygulamalarının yeterli olduğu, %32,4’ü kısmen yeterli olduğu ve %26,5’i ise yetersiz olduğu görüşündedir.

Ankete katılan öğretmenlere, açık uçlu olarak “Muhasebe eğitiminde karşılaşılan en önemli sorun sizce nedir? diye sorulmuştur. Bu soruyu 5 öğretmen cevapsız bırakmıştır. Diğer öğretmenlerin bu soruya verdikleri cevaplar önem sırasına göre aşağıda sıralanmıştır.

Öğretmenler, okulda verilen teorik dersler ile uygulama arasındaki farklılıkları muhasebe eğitiminde karşılaşılan birinci sorun olarak görmekte-dirler. Bu noktada öğretmenlerin büyük çoğunluğu, muhasebe derslerinin uygulamaya değil teoriye dayalı bir sistem olarak anlatılması konusunda görüş bildirmişlerdir. Dolayısıyla okulda görülen teorik kısmın uygulamaya geçirilmesinde sorunlar yaşanmaktadır. Böylece okullar çalışma hayatına çok fazla entegre edilememektedir.

Muhasebe eğitiminde karşılaşılan diğer önemli bir sorun, yetersiz öğrenci profilidir. Özellikle öğrencilerin okuma yazma ve matematik bilgisi çok düşüktür. Öğrencilerin genel seviyesinin düşük olması ve ticaret lisesine isteyerek gelmemesi muhasebe eğitimini olumsuz olarak etkilemektedir.

Diğer önemli bir sorun, müfredat ve uygulama programlarının piyasaya göre geri kalması, müfredatın güncellenememesi ve okuldaki teknolojilerin piyasaya yetişememesidir. Bu noktada güncel konuları takip ve teknolojiye uyum muhasebe eğitiminde sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir başka sorun, öğrencilerin muhasebe finansman hakkında bilgisiz ve doğal olarak hedefsiz-isteksiz olarak liseye gelmesidir. Bundan dolayı muhasebeci olmak isteyen öğrenci sayısının azlığı ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan, staj ve uygulama yetersizliği önemli bir sorun olarak tespit edilmiştir. Staj gün ve saat olarak yeterli görülmeyle birlikte, içerik açısından yetersiz kalmaktadır. Öğrenciler genellikle geri hizmetlerde çalıştırılmakta ve uygulamaya dönük işlemler geri plana itilmektedir.

Sonuç

Ticaret meslek liseleri, muhasebe eğitimi veren uzun bir tarihe ve önemli bir yere sahip olan eğitim öğretim kurumlarıdır. Bu çalışmada, ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitimine ilişkin öğretmen görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep ile Şahinbey ilçesindeki ticaret meslek lisesinde görevli muhasebe finans öğretmenleri üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.

Öğretmenlerin neredeyse tamamına yakını dönem başında güncel gelişmelerle ilgili hizmet içi eğitimin verilmesini istemektedirler. Hizmet içi eğitimlerin güncel muhasebe uygulamalarına uyumun artırılması bağlamında dönem içi seminerler şeklinde devam etmesi de düşünülebilir. Özellikle yeni mezunların bu tür eğitimlere daha fazla ihtiyacı vardır. Nitekim Ercan (2018) tarafından yapılan bir çalışmada, fakültede alınan muhasebe derslerinin öğretmenlik için yeterliliği konusunda öğretmen adaylarının nötr oldukları tespit edilmiştir.

Öğrencilerin en çok zorlandığı muhasebe dersinin “Genel muhasebe” olduğu tespit edilmiştir. İkinci sırada ise “Maliyet Muhasebesi” dersi yer almaktadır.

Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğunun muhasebe derslerinde öğretim teknolojilerini etkin bir şekilde kullandıkları tespit edilmiştir.

Öğretmenler, muhasebe derslerinin anlatımında en çok “Anlatım/Uygulama” yöntemini kullanırken; bunu “Anlatım/Soru-Cevap/Problem çözme” yöntemi izlemektedir.

Öğretmenlerin çoğunluğu ticaret meslek lisesi müfredatında yer alan muhasebe ders çeşidinin ve saatlerinin yeterli olduğu, ancak ders içeriklerinin güncel gelişmelere göre yenilenmesi gerektiği görüşünde oldukları tespit edilmiştir.

Öğretmenlerin çoğunluğu muhasebe derslerinin sınavlarını “Örnek monografi şeklinde” yapmaktadırlar. Ayrıca hiçbir öğretmenin muhasebe derslerinin sınavlarını “Test (çoktan seçmeli) şeklinde” yapmadığı tespit edilmiştir.

Muhasebe eğitiminde karşılaşılan en önemli sorunun “okulda verilen teorik dersler ile uygulama arasındaki farklılıklar” olduğu tespit edilmiştir. Muhasebe eğitiminde karşılaşılan diğer önemli bir sorun, yetersiz öğrenci profilidir. Özellikle öğrencilerin okuma yazma ve matematik bilgisi çok düşüktür. Öğrenci seviyesinin düşük olması ve ticaret lisesine isteyerek gelmemesi muhasebe eğitimini olumsuz olarak etkilemektedir. Ticaret lisesindeki müfredatın güncel gelişmelere göre yenilenememesi başka bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca staj uygulamaları gün ve saat olarak yeterli görülmeyle birlikte mesleki gelişim açısından yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin güncel muhasebe uygulamalarına uyumunun artırılması için temel derslerin yanında bilişim ve teknoloji odaklı yeni derslerin müfredata eklenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda endüstri 4.0 kapsamında hayatımıza giren yapay zekâ, nesnelerin interneti, bulut bilişim, big data ve büyük veri gibi güncel muhasebe uygulamalarında kullanılan teknolojilerin zorunlu ders olarak verilmesinin önemli olduğu görülmüştür.

Araştırma neticesinde ortaya çıkan sonuçları da dikkate alarak ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitimine ilişkin öneriler aşağıda sıralanmıştır.

Muhasebe eğitiminin kalitesinin artırılmasında meslek dersi öğretmenlerinin yeterlilikleri çok önemlidir. Bu nedenle, her yıl eğitim döneminin başında muhasebe öğretmenlerine mevzuattaki değişiklikleri ve güncel gelişmeleri kapsayan hizmet içi eğitimler verilebilir. Ayrıca bu eğitimler dönem içinde de sürdürülebilir.

Öğrencilere mesleki becerilerin kazandırılmasında stajın büyük bir önemi vardır. Bu noktada öğrencilerin staj yapacakları yerlerin koşulları incelenmeli ve koşulları uygun olmayan yerlerde öğrencilere staj yaptırılmamalıdır. Özellikle eğitici personellerin buldukları yerler tercih edilebilir. Çünkü yeterli niteliklere sahip eğitici personellerin bulunması beceri eğitimi açısından son derece önemlidir. Nitekim Koç (2006) yaptığı çalışmada, işletmelerde bulunan eğitimcilerin gerekli nitelikleri taşımadığı ve bu nedenle de öğrencilere gerekli olan eğitimin verilemediğini tespit etmiştir. Ayrıca Süer (2007) ve İmamoğlu (2010) beceri eğitiminde eğitici personel yokluğunu önemli bir sorun olarak tespit etmişlerdir.

Ticaret meslek liselerini tercih eden öğrencilerin genel seviyesinin düşük olması programın başarısı açısından sorun teşkil etmektedir. Bu nedenle genel seviyesi ve matematik becerileri yüksek öğrencilerin ticaret meslek liselerini tercih etmeleri için çeşitli teşvikler kullanılabilir. Özellikle ticaret meslek liselerine olan algnın düzeltilmesi yüksek profilli öğrencilerin bu liseleri tercih etmelerini sağlayabilir.

Firmaların e-dönüşüm kapsamında sürekli ve hızlı olarak dijitalleştiği bir ortamda ticaret meslek liselerindeki eğitimlerin teknoloji odaklı ve e-muhasebe uygulamalarına yönelik verilmesi nitelikli iş gücünün karşılanması açısından önemli bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin etkisiyle, birçok alanda iş süreçlerinin fiziki ortamdan elektronik ortama evrildiği görülmektedir. Endüstri 4.0 olarak bilinen 4. sanayi devriminin etkisiyle muhasebe mesleğinde de önemli değişimlerin olacağına dair çalışmalar bulunmaktadır (Ös ve Ercan, 2022). Bu noktada, yeni konum ve donanım yapısıyla çağa adını veren endüstri 4.0 teknoloji tabanlı gelişmelere çığır açmıştır. Küresel dünyada teknolojik gelişmeler her mesleğin yapı taşlarında devinim yarattığı gibi ekonomi dünyasının odağında yer alan muhasebe mesleğini ve uygulamalarını da etkisi altına almıştır (İşseveroğlu, 2021:563). Bu nedenle ticaret meslek liselerindeki ders müfredatlarının yeni teknolojik uygulamalar kapsamında güncellenmesi gerekmektedir. Bu bakımdan üniversite-sanayi iş birliğinin yanı sıra meslek liseleri-sanayi iş birliğinin de kurulması hem meslek liselerine olan tercih düzeyinin artırılmasında, hem de kalifiye iş gücünün oluşması açısından önemli görülmektedir.

Kaynakça

Çiftçi, Y., ve Çemrek, N., (2018), Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitimi: Muğla İl'indeki Meslek Liseleri Üzerine Bir Araştırma, Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt-Sayı: 11(1), 192-208.

Akbulut, H., Pekaya M. ve Aksakaloğlu H. (2014). Meslek Mensuplarının Bakış Açısıyla Ticaret Meslek Liselerindeki Muhasebe Eğitimi: Bursa İli Üzerine Bir Uygulama, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 62, Nisan, 73-91.

Ercan, C. (2018). Muhasebe ve Finansman Öğretmenliği İçin Pedagojik Formasyon Eğitimi Alan Öğrencilerin Öğretmenlik Mesleğine ve Pedagojik Formasyon Eğitimine İlişkin Algıları, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1) 105-113.

- Ertaş, F. C., Şimşek, A. (2020), Ortaöğretim Muhasebe Eğitiminde Uygulanan Meslek Derslerinin Sektör Beklentilerini Karşılama ve Öğrenim Düzeyi Üzerine Erzurum İlinde Bir Araştırma, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (86): 39-56.
- İmamoğlu, M. (2010), Ortaöğretim Kurumlarında Muhasebe Eğitimi ve Karşılaşılan Sorunlar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İşseveroğlu, G. (2021). Muhasebe Mesleğinin Geleceği Boyutunda Akademik Yayınların Bibliyometrik Analizi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 13 (25), 562-579. DOI: 10.20990/kilisiibfakademik.978918.
- Kırhoğlu, H. ve Gökğöz, A. (2011), Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Stajyerlikte Karşılaştıkları Problemler ve Çözüm Önerileri: İstanbul Örneği, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 7, Sayı 13, ss. 131-146
- Koç, M. (2006), KKTC' deki İşletmelerde Yapılan Mesleki Eğitim Uygulamalarının Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Lefkoşa
- MEB, (2011), Muhasebe ve Finansman Alanı Çerçeve Öğretim Programı, Ankara, <http://www.megep.meb.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 06.04.2023).
- Önal, S., Gedik, İ. ve Mat, M. (2017). İş Yeri Eğitimi Gören Ticaret Meslek Lisesi Öğrencilerinin İşverenlerin Bakış Açısıyla Mesleki Yeterliliklerinin İncelenmesi: Osmaniye İlinde Bir Uygulama, 3(10), 45-55.
- Ös, M. ve Ercan, C. (2022), Muhasebe Meslek Mensuplarının Teknoloji Kullanma Düzeylerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2) 794-812.
- Özkan, F. Ve Aksoy, C. (2015), Ticaret Meslek Lisesi Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin İşletmelerde Beceri Eğitimi Uygulaması, *Gaziantep İlinde Bir Alan Araştırması*, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*,6(12),283-305
- Özkurt, C, Y., (2001), Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitimi ve Erzurum Ticaret Meslek Liselerinde Bir Uygulama, *Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Şimşek, A. (1999), Türkiye'de Mesleki ve Teknik Eğitimin Yeniden Yapılandırılması, *TÜSİAD yayın No:99-2/252*, İstanbul.
- Süer, H. M. (2007), Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Eğitiminden Beklentiler ve Karşılaşılan Sorunlar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.