

AKÜSBD

ISSN: 1302-1265
e-ISSN: 2149-4894

Afyon Kocatepe Üniversitesi

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ


Cilt: 26, Sayı: 1, Mart-2024

Afyon Kocatepe University

Journal of Social Sciences

Volume: 26, Issue: 1, March-2024



	Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt: 26, Sayı: 1, Mart-2024	
	Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences Volume:26, Issue:1, March-2024	
ISSN: 1302-1265 e-ISSN: 2149-4894		

Sahibi / Owner

Afyon Kocatepe Üniversitesi adına Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü
Prof. Dr. Elbeyi PELİT

Editörler / Editors

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
Doç. Dr. Koray KASAPOĞLU

Yardımcı Editör / Assistant Editor

Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Salim DANIŞ

Alan Editörleri / Field Editors

Coğrafya

Prof. Dr. M. Ali ÖZDEMİR
Doç. Dr. Mustafa KÖSE

Dil ve Edebiyat

Prof. Dr. Nadejda ÖZAKDAĞ
Prof. Dr. Celal DEMİR

Eğitim

Prof. Dr. Gürbüz OCAK
Doç. Dr. Mehmet KOÇYİĞİT

Felsefe

Doç. Dr. Murat KELİKLİ
Doç. Dr. Mustafa KAYA

Halkla İlişkiler-İletişim

Doç. Dr. Ümit DEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Sena COŞKUN

Hukuk

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet HATİPOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Özkan ÖZYAKIŞIR

İktisadi ve İdari Bilimler

Prof. Dr. Yusuf KARACA
Prof. Dr. Mustafa FİŞNE

İlahiyat

Prof. Dr. İrfan GÖRKAŞ
Doç. Dr. Eyüp KURT

Psikoloji

Doç. Dr. Pınar DURSUN KARSLI
Dr. Öğr. Üyesi Timuçin AKTAN

Sanat-Tasarım

Doç. Dr. Şerife Ebru OKUYUCU
Prof. Dr. Çağhan ADAR

Sosyoloji

Prof. Dr. Hüseyin KOÇAK
Doç. Dr. Ahmet Ayhan KOYUNCU

Tarih

Prof. Dr. Gürsoy ŞAHİN
Doç. Dr. Selim KAYA

Turizm

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
Prof. Dr. Ahmet BAYTOK

Dil Editörleri / Language Editors

Doç. Dr. Koray KASAPOĞLU (İngilizce)
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Salim DANIŞ (Türkçe)

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Ahmet Kemal BAYRAM	Marmara Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Artur KOZLOWSKI	Gdansk School of Bankowa	Polonya
Prof. Dr. Birsal KÜÇÜKSİPAHİOĞLU	İstanbul Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Ceylan Gazi UÇKUN	Kocaeli Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Elbeyi PELİT	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ	University of Central Florida	ABD
Prof. Dr. Gürbüz OCAK	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Huziie HİROAKİ	Osaka Üniversitesi	Japonya
Prof. Dr. Jacek JAWORSKI	Gdansk School of Bankowa	Polonya
Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mustafa FİŞNE	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Timothy MAY	University of North Georgia	ABD
Prof. Dr. Evren GÜÇER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Ayhan URAL	Gazi Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Koray KASAPOĞLU	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Mürsel BAYRAM	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Selim KAYA	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Yusuf DEMİR	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Salim DANIŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Dr. Bashir ADAMU	University of Leicester	İngiltere
Dr. Renata BZDILOVA	Pavol Jozef Safarik University	Slovakya

* Yayın Kurulu listesi unvana göre alfabetik olarak sıralanmıştır.

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet BAYTOK	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Ahmet KAYACIK	Erciyes Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Aytunga OĞUZ	Dumlupınar Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Belkis ÖZKARA	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Celal DEMİR	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU	University of South Florida	ABD
Prof. Dr. Cüneyt AKIN	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Hasan KORKUT	Marmara Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. İrfan MORİNA	Priştine Üniversitesi	Kosova
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. İsa SAĞBAŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Juliboy ELTAZAROV	Semerkand Devlet Üniversitesi	Özbekistan
Prof. Dr. Mehmet Ali ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Mustafa GÜLER	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Nesrin KULA DEMİR	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Nusret KOCA	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Selçuk AKÇAY	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye

Prof. Dr. Seyhan ÇİL KOÇYIĞIT	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Şenay GÜNGÖR	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Şuayıp ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Uğur TÜRKMEN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Veysel KULA	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Prof. Dr. Yusuf KARACA	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Abdullah SELVİTOPU	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Cihat ATAR	Sakarya Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Eyüp KURT	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Hasan DURAN	İstanbul Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Mehmet ÖZCAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Mehmet ALTIN	University of Central Florida	ABD
Doç. Dr. Mutlu KAYA	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Yasin KELEŞ	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Türkiye
Doç. Dr. Zivar Hüseyin BAYLAN	Khazar University	Azerbaycan
Dr. Öğr. Üyesi Ali YAŞAR	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Sena COŞKUN	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Seyil NAJIMUDINOVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi	Kırgızistan
Dr. Alan V. MURRAY	University of Leeds	İngiltere
Dr. Cristopher S. LIGHTFOOT	Metropolitan Müzesi	İngiltere
Dr. Naringül MARGAZİYEVA	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi	Kırgızistan
Dr. Ulanbek ALİMOV	Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi	Kırgızistan

* Danışma Kurulu listesi unvana göre alfabetik olarak sıralanmıştır.

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yayımlanan ve alanında ulusal ve uluslararası indeksler tarafından taranan hakemli, disiplinler-arası akademik bir dergidir.

Dergide yayımlanan yazıların, her türlü bilimsel, imlâ ve hukukî sorumlulukları yazarlarına aittir. Derginin amaç, kapsam, yayın etik ilkeleri, makale kabul süreci ve diğer tüm ayrıntılar derginin resmî web sitesinde mevcuttur (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akusosbil>).

Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences is a scientific, interdisciplinary and academic journal published by Afyon Kocatepe University Institute of Social Sciences and indexed in national and international field indexes.

All scientific, spelling and legal responsibilities of the articles published in the journal belong to the authors. Please check the Journal's website for aim and scope, ethical principles of the journal and article acceptance process and full details (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akusosbil>).

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin Yer Aldığı Dizin/İndeksler:
Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences is Indexed at:

- **ACARINDEX**
- **CITEFACTOR** (*Academic Scientific Journals*)
- **DRJI** (*Directory of Research Journals Indexing*)
- **EBSCO** (*SocINDEX with Full Text - Full Text Subject Title List*)
- **EBSCO Essentials**
- **EBSCOHOST** (*SocINDEX with Full Text - Database Coverage List*)
- **EURASIAN SCIENTIFIC JOURNAL INDEX (ESJI)**
- **GOOGLE SCHOLAR**
- **İDEALONLINE**
- **INTERNATIONAL CITATION INDEX**
- **MLA** (*Modern Language Association*)
- **RESEARCHBIB** (*Academic Resource Index*)
- **ROOT INDEXING** (*Journal Abstracting and Indexing Service*)
- **SCIENTIFIC INDEXING SERVICES (SIS)**
- **SOBİAD** (*Sosyal Bilimler Atıf Dizini*)
- **TEİ** (*Türk Eğitim İndeksi*)
- **TÜBİTAK-ULAKBİM TR DİZİN**

Dergi Yazışma Adresi/Journal Correspondence Address:

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Dergisi

ANS Yerleşkesi, 03200/Afyonkarahisar/Türkiye

Tel: +90 272 2281255– **Belgegeçer/Fax:** +90 272 2281476

e-posta/e-mail: akusbder@aku.edu.tr

web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akusosbil> - <http://www.sbd.aku.edu.tr>

ISSN: 1302-1265 | **e-ISSN:** 2149-4894

Bu Sayının Hakemleri / Reviewers of This Issue*

Sıra No	Unvan-Ad-Soyad Title-Name-Surname	Kurum Institution
1.	Prof. Dr. Ali ARI	Marmara Üniversitesi
2.	Prof. Dr. Ayşe Gönül AKÇAMETE	Yakın Doğu Üniversitesi
3.	Prof. Dr. Celal DEMİR	Afyon Kocatepe Üniversitesi
4.	Prof. Dr. Celaletdin SERİNKAN	Pamukkale Üniversitesi
5.	Prof. Dr. Derya ARSLAN ÖZER	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
6.	Prof. Dr. Derya ÖCAL	Atatürk Üniversitesi
7.	Prof. Dr. Didem PAŞAOĞLU BAŞ	Anadolu Üniversitesi
8.	Prof. Dr. Doğan UYSAL	Manisa Celâl Bayar Üniversitesi
9.	Prof. Dr. Erol KUTLU	Anadolu Üniversitesi
10.	Prof. Dr. Evren GÜÇER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
11.	Prof. Dr. Fatih TÜRKMEN	Karabük Üniversitesi
12.	Prof. Dr. Hamza ÇESTEPE	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
13.	Prof. Dr. Mehmet Alaaddin YALÇINKAYA	Karadeniz Teknik Üniversitesi
14.	Prof. Dr. Mehmet KARAHAN	Fırat Üniversitesi
15.	Prof. Dr. Mustafa AVCI	Anadolu Üniversitesi
16.	Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK	Süleyman Demirel Üniversitesi
17.	Prof. Dr. Orhan AKOVA	İstanbul Üniversitesi
18.	Prof. Dr. Osman ÇEVİK	Selçuk Üniversitesi
19.	Prof. Dr. Ömer TURAN	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
20.	Prof. Dr. Özlem KARAKUŞ	Selçuk Üniversitesi
21.	Prof. Dr. Pınar PEHLİVAN	Manisa Celâl Bayar Üniversitesi
22.	Prof. Dr. Remzi FİNDİKLİ	Aksaray Üniversitesi
23.	Prof. Dr. Salih Börteçine AVCI	Atatürk Üniversitesi
24.	Prof. Dr. Salih TÜREDİ	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
25.	Prof. Dr. Selçuk BALI	Selçuk Üniversitesi
26.	Prof. Dr. Sibel CENGİZ	Ardahan Üniversitesi
27.	Prof. Dr. Suat TEKER	Işık Üniversitesi
28.	Prof. Dr. Tevfik AYTEMİZ	Mersin Üniversitesi
29.	Prof. Dr. Uğur AKIN	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
30.	Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ	Bartın Üniversitesi
31.	Doç. Dr. Aytekin FIRAT	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
32.	Doç. Dr. Bekir KESKİN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
33.	Doç. Dr. Cemil VARLIK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
34.	Doç. Dr. Cevat SÖYLEMEZ	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
35.	Doç. Dr. Erkan EFİLTİ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
36.	Doç. Dr. Fatih AYHAN	Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
37.	Doç. Dr. Fatma Ülkü YILDIZ	Selçuk Üniversitesi
38.	Doç. Dr. Gülay BULGAN	Süleyman Demirel Üniversitesi
39.	Doç. Dr. Hülya KODAN	Bayburt Üniversitesi
40.	Doç. Dr. Mehmet KIRLIOĞLU	Karabük Üniversitesi
41.	Doç. Dr. Mehmet Sedat İPAR	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
42.	Doç. Dr. Meltem GÜRÜNLU	İstanbul Arel Üniversitesi
43.	Doç. Dr. Necmiye Serap VURUR	Afyon Kocatepe Üniversitesi
44.	Doç. Dr. Özüm EGİLMEZ	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
45.	Doç. Dr. Savaş EVREN	Gümüşhane Üniversitesi

46.	Doç. Dr. Tuğçe ERDAL	Yozgat Bozok Üniversitesi
47.	Doç. Dr. Tuncay Yavuz ÖZDEMİR	Fırat Üniversitesi
48.	Doç. Dr. Yüksel GÜNDÜZ	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
49.	Dr. Öğr. Üyesi Akın Cem DİKMEN	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
50.	Dr. Öğr. Üyesi Aysun DANAYİYEN	İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
51.	Dr. Öğr. Üyesi Derya ÇEVİK TAŞDEMİR	Gaziantep Üniversitesi
52.	Dr. Öğr. Üyesi Eren KESİM	Anadolu Üniversitesi
53.	Dr. Öğr. Üyesi Esra KATIRCIOĞLU	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
54.	Dr. Öğr. Üyesi Figen ÇAM TOSUN	Sinop Üniversitesi
55.	Dr. Öğr. Üyesi Hasan TERZİ	Karabük Üniversitesi
56.	Dr. Öğr. Üyesi Nursel AYDINTUĞ MYRVANG	Biruni Üniversitesi
57.	Dr. Öğr. Üyesi Selden ÇEPNİ	Işık Üniversitesi
58.	Dr. Öğr. Üyesi Süleyman AKKAŞOĞLU	Doğuş Üniversitesi
59.	Dr. Öğr. Üyesi Zeynep KARAŞ	Düzce Üniversitesi

* Hakem listesi unvana göre alfabetik olarak sıralanmıştır.

İçindekiler / Contents				
Makale Sıra No	Makale Başlığı Paper Title	Yazar(lar) Author(s)	Makale Türü Paper Type	Sayfa Page
Eğitim / Education				
1	Yönetici ve Öğretmen Gözü ile COVID-19 Sürecindeki Uzaktan Eğitim Uygulamalarının Özel Gereksinimli Öğrencilerin Sosyal Beceri Gelişimine Etkileri / <i>The Effects of Distance Education Applications in COVID-19 Process on Social Skills Development of Students with Special Needs from the Perspective of Administrators and Teachers</i>	Yrd. Doç. Dr. Nedime KARASEL, Nevzat KARA	Araştırma Research	1-15
2	Sınıf Öğretmeni Adaylarının Çocuk Edebiyatına Yönelik Metaforlarının Değerlendirilmesi / <i>Evaluation of Primary School Teacher Candidates' Metaphors about Children's Literature</i>	Arş. Gör. Elife Nur SAYDAM, Öğr. Gör. Dr. Aysel FERAH ÖZCAN	Araştırma Research	16-30
3	A Study of Organizational Silence from the Viewpoint of Female Students in Male-Dominated Classrooms / <i>Örgütsel Sessizlik Kavramına Erkek Egemen Sınıflardaki Kız Öğrenciler Açısından Bir Bakış</i>	Dr. Öğr.Üyesi Pınar ÖZDEMİR	Araştırma Research	31-47
4	Türkiye'de Okul Yöneticileri Konusunda Yazılan Lisansüstü Tezlerdeki Eğilimler (2015-2020) / <i>Trends in Graduate Theses on School Administrators in Türkiye (2015-2020)</i>	Öğretmen Sena Yağmur BAYKAN, Prof. Dr. Hasret NUHOĞLU	Derleme Review	48-65
Hukuk / Law				
5	Kamu Yönetimi Paradigmaları Çerçevesinde Kamu Hizmeti Sunum Yöntemlerinin İncelenmesi / <i>Examination of Public Service Delivery Methods in the Framework of Public Administration Paradigms</i>	Doç. Dr. Ünal KÜÇÜK	Araştırma Research	66-79

İktisadi ve İdari Bilimler / Economics and Administrative Sciences				
6	Tüketicilerin Satın Alma Niyetiyle İlişkili Faktörlerin Analizi: Afyon Lokumuna Yönelik Bir Çalışma / <i>Analysis of Factors Related to Consumers' Purchasing Intention: A Study on Afyon Delight</i>	Doç. Dr. Ahmet UYAR, Yüksek Lisans Öğrencisi Ummahan Tuğçe DEMİRCİ ARI	Araştırma Research	80-98
7	Türkiye ile Rusya Arasındaki Dış Ticaretin Farklı Endeks Türlerine Göre Analizi / <i>Analysis of the Bilateral Trade between Türkiye and Russia According to Different Index Types</i>	Prof. Dr. Hatice ERKEKOĞLU, Emre KOÇER	Araştırma Research	99-112
8	Kâr Amacı Gütmeyen Kurumlar Olarak Kent Konseylerinin Proje Seçim Kararında Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi / <i>Determining the Factors Influencing the Project Selection Decision of City Councils as Non-Profit Institutions</i>	Dr. Öğr. Üyesi Gülgönül BOZOĞLU BATI	Araştırma Research	113-126
9	An Empirical Research on the Antecedents of Psychological Ownership: Wise Leadership and the Crab Syndrome / <i>Psikolojik Sahiplenmenin Öncülleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma: Bilge Liderlik ve Yengeç Sendromu</i>	Doç. Dr. Burcu ÜZÜM, Dr. Öğr. Üyesi Osman Seray ÖZKAN	Araştırma Research	127-139
10	An Analysis of the Relationship between Business Confidence and Macroeconomic Factors: Türkiye Case / <i>Reel Sektör Güveni İle Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişkinin Analizi: Türkiye Örneği</i>	Doç. Dr. Murat AKKAYA	Araştırma Research	140-152
11	The Causal Effects of Economic Policy Uncertainty on Changes in Exchange Rates and Volatility: Empirical Evidence from Türkiye / <i>Ekonomi Politika Belirsizliğinin Döviz Kurlarının Getirileri ve Oynaklığı Üzerinde Nedensel Etkileri: Türkiye'den Ampirik Kanıtlar</i>	Doç. Dr. Recep ÇAKAR	Araştırma Research	153-163

12	Türkiye’de İnovasyon Faaliyetleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi / <i>The Relationship of Innovation Activities and Economic Growth in Türkiye: Causality Analysis</i>	Dr. Öğr. Üyesi İsmail Cem ÖZKURT	Araştırma Research	164-176
13	Türkiye’de İnşaat Sektörü Sanayiye Dışlıyor Mu? Hollanda Hastalığı Perspektifiyle Ampirik Çıkarımlar / <i>Does the Construction Sector in Türkiye Exclude the Industry? Empirical Implications from Dutch Disease Perspective</i>	Bilim Uzmanı Günay TÜZÜNER, Doç. Dr. Mehmet ZANBAK	Araştırma Research	177-193
14	COVID-19 Döneminde Banka Kredi Risk Bilgileri Üzerine Bir Analiz / <i>An Analysis on Bank Credit Risk Information in the Period of COVID-19</i>	Arş. Gör. Dr. Esra AKSOY, Prof. Dr. Mehmet GENÇTÜRK	Araştırma Research	194-206
15	Kamu Hastanelerinde Çalışan Hemşirelerin Lider Üye Etkileşimi ve Çatışma Yönetimi Davranışları Arasındaki İlişki / <i>The Relationship between Lead Member Interaction and Conflict Management Behaviours of Nurses Working in Public Hospitals</i>	Bilim Uzmanı Eda İŞÇİ AKBIYIK, Doç. Dr. Gözde MERT	Araştırma Research	207-225
16	Psikolojik Faktörlerin Tüketicilerin Çevrimiçi Alışveriş Davranışları Üzerindeki Etkilerini İnceleyen Bir Araştırma / <i>A Study Examining the Effects of Psychological Factors on Consumers’ Online Shopping Behaviors</i>	Bilim Uzmanı İrem Deniz DOĞULU, Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN	Araştırma Research	226-245
17	The Relations between Motivational Factors and Behavioral Intentions of Medical Health Tourists / <i>Medikal Sağlık Turistlerinin Motivasyonel Faktörleri ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkiler</i>	Dr. Öğr. Üyesi Tekin SANCAR	Araştırma Research	246-259
18	Sağlık Sektöründe İş Etiği Dinamiklerinin Değerlendirilmesi: Bir DEMATEL Uygulaması / <i>Evaluation of Business Ethics Dynamics in Health Sector: A DEMATEL Application</i>	Doç. Dr. Esra Çiğdem CEZLAN	Araştırma Research	260-275

Sanat-Tasarım / Art-Design				
19	Tarihi Türküler Bağlamında Şıpka Muharebeleri / <i>Shipka Battles in the Context of Historical Folk Songs</i>	Dr. Nursel DEMİRDEN, Prof. Dr. Fatma Gülay MİRZAOĞLU SIVACI	Araştırma Research	276-289
20	Tasarımcıların Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Değişkenlerinin Görsel İletişim Tasarımı Uygulamalarında Stok Görsel Kullanma Tercihine Etkisi / <i>The Effect of Designers' Gender, Age and Education Variables on the Preference of Using Stock Visual in Visual Communication Design Applications</i>	Bilim Uzmanı Muhammed KOCADAĞ, Dr. Öğr. Üyesi Emel BİROL	Araştırma Research	290-307
Sosyoloji / Sociology				
21	Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar / <i>Syrian Children under Temporary Protection</i>	Doç. Dr. Derya KAYMA	Derleme Review	308-328
Turizm / Tourism				
22	Kastamonu'daki Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrim İçi Şikâyetlerin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği / <i>Examining Online Complaints for Accommodation Enterprises in Kastamonu: The Case of Tripadvisor</i>	Bilim Uzmanı Ali ŞENGÜL	Araştırma Research	329-342
23	Turizm Alanında Lisans Eğitimi Veren Kurumlarda Etik Dersi İncelemesi / <i>Ethics Course Analysis in Institutions Providing Undergraduate Education in the Field of Tourism</i>	Doktora Öğrencisi Selen LEVENT, Doktora Öğrencisi Emre UYGUN, Doç. Dr. Hatice GÜÇLÜ NERGİZ	Araştırma Research	343-362
24	COVID-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisine Olumlu Etkilerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma / <i>A Research on the Determination of the Positive Effects of the COVID-19 Pandemic on the Tourism Industry</i>	Doktora Öğrencisi Vildan TÜYSÜZ, Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK	Araştırma Research	363-384

25	Turizmin “Özgürlük” ve “Yolda Olmak” Hâli: Türkiye’deki Karavan Turistlerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma / <i>The State of Tourism as “Freedom” and “Being on the Road”</i> : A Research on Understanding the Caravan Tourists in Türkiye	Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Arş. Gör. Eminsafa DİLMAÇ, Arş. Gör. Emrah TAŞARER	Araştırma Research	385-408
----	--	--	-----------------------	---------



Yönetici ve Öğretmen Gözü ile COVID-19 Sürecindeki Uzaktan Eğitim Uygulamalarının Özel Gereksinimli Öğrencilerin Sosyal Beceri Gelişimine Etkileri

The Effects of Distance Education Applications in COVID-19 Process on Social Skills Development of Students with Special Needs from the Perspective of Administrators and Teachers

Dr. Öğr. Üyesi Nedime KARASEL^{ID}¹, Nevzat KARA^{ID}²

Öz

Yapılan bu araştırmada, COVID-19 pandemisi süresince gerçekleştirilen uzaktan eğitim uygulamalarının; özel gereksinimli öğrencilerin sosyal beceri yönünden gelişimleri üzerinde yarattığı etkileri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı temel alınmıştır ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada; 2020-2021 Eğitim-öğretim yılında KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığına bağlı, 10 farklı devlet ilkokulunda görev yapan 10 özel eğitim öğretmeni ve 5 farklı devlet ilkokulunda yöneticilik yapan 5 okul müdürü çalışma grubu olarak kullanılmıştır. Özel gereksinimli öğrencilerin becerilerini geliştirmek konusunda, uzaktan eğitimin yaratmış olduğu etkileri belirlemek için çalışma grubuna, araştırmacılar tarafından geliştirilen açık uçlu 5 adet soru sorulmuştur. Verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak elde edilmiş ve her bir görüşme 40-45 dk. sürmüştür. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırmanın sonucunda; COVID-19 pandemisi sürecinde yüz yüze eğitimin yerine geçen uzaktan eğitim uygulamalarının, özel eğitim öğrencilerine sağladığı yararın tartışılır durumda olduğu görülmüştür. Bulgulara göre, uzaktan eğitim kesinlikle yüz yüze eğitimin yerini tutmamakta, sadece “hiç eğitim olmamaktansa, en azından uzaktan da olsa bazı uygulamalar yapılıyor” anlayışı ile devam etmektedir. Bulgulara göre, fikir ve uygulama bakımından olumlu bir adım olsa dahi özel öğretim öğrencilerinin özel durumlarından dolayı beklenen başarıya ulaşamamıştır. Bulgularda, özellikle sosyal becerilerin öğretilmesi ve geliştirilmesi konusunda, uzaktan eğitim uygulamalarının özel gereksinimli öğrenciler açısından yetersiz kaldığı ve bu konuda eksiklik yaşandığı ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, özel eğitim, sosyal beceri gelişimi, uzaktan eğitim

Makale Türü: Araştırma

Abstract

In this research, it is aimed to reveal the effects of distance education applications carried out during the COVID-19 pandemic on special needs students' development in terms of social skills. The research was based on the qualitative research approach and semi-structured interview technique was used. In the research; In the 2020-2021 academic year, 10 special education teachers working in 10 different public primary schools affiliated to the TRNC Ministry of National Education and Culture and 5 school principals working in 5 different public primary schools were used as the study group. In order to determine the effects of distance education on improving the skills of students with special needs, 5 open-ended questions developed by the researchers were asked to the study group. The data were obtained using a semi-structured interview form and each interview took 40-45 minutes. it took. The obtained data were analyzed using the content analysis method. As a result of the research; It has been seen that the

¹Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, nkarasel@ciu.edu.tr

²Dinar Rehberlik ve Araştırma Merkezi, nevat.np@gmail.com

Atıf için (to cite): Karasel, N.ve Kara, N. (2024). Yönetici ve öğretmen gözü ile COVID-19 sürecindeki uzaktan eğitim uygulamalarının özel gereksinimli öğrencilerin sosyal beceri gelişimine etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 1-15.

benefits of distance education applications, which replace face-to-face education during the COVID-19 pandemic, for special education students are debatable. According to the findings, distance education does not take the place of face-to-face education, it just continues with the understanding that "at least some applications are made even from a distance, rather than no education at all". According to the findings, even though it is a positive step in terms of idea and practice, the expected success could not be achieved due to the special circumstances of special education students. In the findings, it has been revealed that distance education applications, especially in the teaching and development of social skills, are insufficient for students with special needs and there is a deficiency in this regard.

Keywords: COVID-19, special education, social skills development, distance learning

Paper Type: Research

Giriş

COVID-19 olarak kısaltılan salgının genel adı, "Koronavirüs hastalığı 2019" olarak bilinmektedir. Bu hastalık, insanları etkileyen, şiddetli akut solunum yolu sendromu Koronavirüsü 2'nin (SARS-CoV-2) neden olduğu bulaşıcı bir solunum yolu hastalığı olarak kabul edilmektedir (ICD, 2020). İlk olarak 2019 yılında Çin'in Vuhan şehrinde keşfedilmiş olan hastalık (WHO, 2020a), keşfinden bu yana dünya çapında yayılarak 2019-2020 koronavirüs pandemisine yol açmış durumdadır (Hui DS ve diğ., 2020, s. 1; WHO, 2020b). Tüm Dünya'ya yayılmış olan salgın; Kuzey Kıbrıs'ta ilk kez 10 Mart 2020 tarihinde, adaya Almanya'dan gelen turist kafilesinde bulunan bir kişide görülmüş olup (KKTC Sağlık Bakanlığı) ardından hızlı bir şekilde tüm adaya yayılmıştır.

İnsanlar doğumundan itibaren yaşamları boyunca sürecek bir eğitim ve öğretim sürecine girmektedir. Bu süreç ailede başlayıp okul hayatı ile desteklenmekte ve yaşam boyunca devam etmektedir. Eğitim en çok kabul gören tanımı ile bireyin hayatında kasıtlı ve istendik olarak davranış değiştirme sürecidir (Ertürk, 2016, s. 9) Ülkemizde eğitimin kontrolü MEB'de (Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığında) olup kendi içerisinde kademeli bir oluşuma sahiptir. Bu oluşumda eğitimin ilk kademesi, ilköğretim bölümü olup okulöncesi dönemi (4-5 yaş) ve ilköğretim (6-11) kapsamaktadır (KKTC MEB). İlköğretimin her iki basamağında da özel eğitimden ve özel gereksinimi olan çocuklardan bahsetmek mümkündür.

Özel eğitim, özel eğitime ihtiyacı olan çocuklar için özel olarak yetiştirilmiş ve eğitim almış personeli, bireylere özel geliştirilmiş eğitim programlarını ve yöntemleri kapsamaktadır. Özel eğitim; özel gereksinimli bireylerin, tüm gelişim alanlarındaki özellikleri ile akademik disiplin alanlarındaki yeterliliklerine dayalı olarak uygun ortamlarda sürdürülen eğitim olarak tanımlanmaktadır (Balcı, 2018, s. 97). Özel eğitim diğer yandan, öğrencinin kendisine özgü bireysel gereksinimlerini karşılamak için özelleştirilmiş bir içeriği, ortam ve hizmetleri gerektirmektedir (Acar, 2014, s. 44).

Özel eğitimde erken yaşta eğitime başlamak ve bireyin eğitimine devam ederken çevresinden de koparılmasını sağlamak önemli bir ilkedir. Özel eğitimin bir ilkesi de, özel eğitime ihtiyacı olan bireylerin sosyalleşmesine ve sosyal becerilerine olumlu etkiler katmaktır. Sosyal beceriler; günlük hayatta görevleri yerine getirebilmek için sahip olunması gereken becerilerdir. Yaşar-Ekici (2015, s. 3) sosyal beceri kavramını; toplumda kabul görülür bir hayat sürdürebilmek için sözlü veya sözsüz olan bilişsel beceriler olarak tanımlamaktadır. Farklı sosyal ortamlarda kullanılan göz teması, yüz ifadesi, beden duruşu, ses tonu, sesin ve konuşma yüksekliği gibi sosyal ortamlarda iletişim kurabilmek önemli sosyal beceriler arasına girmektedir (Kılıç, 2016, s. 26). Sosyal beceri kavramının yapılan tüm tanımlarında ortak olarak, sosyal becerilerin; iletişim, uyum ve etkileşim bileşeninden oluştuğunu belirtmektedirler (Boz ve diğ., 2018, s. 140). Yapılan araştırmalar; sosyal becerileri gelişmiş olan çocukların, sosyalleşme konusunda daha başarılı olduğunu göstermektedir. Topluma uyum sağlayan bireylerin, sosyal davranış açısından yeterli düzeye gelmesi için bireyin gelişim dönemine uygun sosyal becerileri kazanması ve hayatlarında uygulaması önemlidir. Gelişim özelliklerine uygun gelişim gösteren bireylerin de özel gereksinimli bireylerin de toplum içerisinde kabul

görüldür şekilde yaşayabilmesi için sahip olunması gereken en önemli becerilerin başında sosyal beceriler gelmektedir. Bununla birlikte, sosyal becerilere sahip olmak ile sosyal yeterliliğe sahip olmak aynı anlama gelmemektedir. Yapılan araştırmalar özel gereksinimli bireylerin bir takım sebeplerden dolayı, yeterli sosyal becerilere sahip olamadıklarını veya sosyal becerilere sahip olmalarına rağmen sosyal yeterliliğe sahip olmakta zorlandıklarını göstermektedir (Dağseven, 2018, s. 33). Bu bakımdan özel gereksinimi olan bireylerin, sosyal becerileri kazanmak adına, özel eğitim ile birlikte özel ilgi ve alaka ile eğitim almaları oldukça önemlidir (Noz, 2018, s. 46).

İnsanların var olan davranışlarını geliştirmeleri ile sonradan edinilmesi beklenen istendik davranışlara “eğitim ihtiyacı”, bu ihtiyacın herhangi bir ayırım olmadan, herkes için eşit biçimde giderilmesine ise “eğitim hakkı” denmektedir. Bununla birlikte ne yazık ki; COVID-19 salgının ortaya çıkmasının ardından, “eğitim hakkı” kavramında ve “eşit eğitim” sunulması noktasında bir takım eksiklikler su yüzüne çıkmıştır. Salgın dolayısı ile okullarından uzak kalan binlerce öğrenciye, ders kayıplarının önlenmesi için MEB birtakım önlemler almış, ilköğretim kademesinde de bazı radikal kararlar alınarak, gönüllü öğretmenlerin de desteği ile uzaktan eğitim uygulamalarına başlanmıştır. Fakat ne yazık ki ülkemizde; alt yapı, donanım eksiklikleri ve eğitimcilerin teknolojik anlamdaki yeterlilik düzeylerinden kaynaklanan nedenlerden ötürü, uzaktan eğitim uygulamalarında “eğitim hakkı” konusunda öğrencilere eşit imkânlar sunulamamıştır.

Özellikle COVID-19 pandemisi ile ülkemizde daha da popüler olan, uzaktan eğitim; geniş iletişim ağları veya yerel iletişim ağları kullanılarak, internet tabanlı olarak yapılan ve uzaktaki bütün bireylere ulaşılmasını sağlayan eğitim sistemi olarak ifade edilebilir (Sakarya, 2011, s. 16). Bu eğitim biçimi; zaman kavramındaki kolaylığı, yer esnekliği sunması ve küresel öğrenme olanağı sağlamasından dolayı günümüzün gelişen teknolojik dünyasında kendisine önemli bir yer edinmiş durumdadır. Uzaktan eğitim; öğrenme kolaylığı yanında, öğrenmede sınırları kaldırması, sanal kütüphaneler yaratması ve duvarları olmayan okul ortamları sunması açısından da günümüzde tercih edilen eğitim modelleri arasına girmiştir (İlgaz ve Aşkar, 2009, s. 29).

Gelişim düzeyleri, yaş grubuna bağlı olarak düzenli bir şekilde devam eden öğrenciler için, uzaktan eğitim bir alternatif olarak düşünülebilir. Bununla birlikte, gelişim düzeyleri normalden farklı olan, özel gereksinimli öğrenciler için; verilecek olan eğitim de özel olmalıdır (Çelikten, 2018, s. 5). Özel eğitim; gelişim özellikleri bakımından akranlarından farklı ve özel olan öğrencilere verilen eğitimidir (Akçamete, 2009, s. 29; Ataman, 2004, s. 15). Özel eğitime ihtiyaç duyan bireyler; çeşitli nedenlerden dolayı akranlarından farklı şekilde, gelişimsel özelliklerine uygun olarak eğitilmelidirler (Eurybase, 2009, s. 103). Bu noktadan hareketle bu araştırmada, özel eğitime ihtiyaç duyan bireylerle COVID-19 pandemisi süresince gerçekleştirilen uzaktan eğitim uygulamalarının; eğitimi alan bireylerin, sosyal beceri yönünden gelişimleri üzerinde yarattığı etkileri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Amaca bağlı olarak ise aşağıdaki alt amaçlar belirlenmiştir:

- 1- MEB tarafından pandemi sürecinde yürütülen özel gereksinimli bireylere yönelik uzaktan eğitim uygulamaları konusunda katılımcı görüşleri nelerdir?
- 2- Katılımcıların uzaktan eğitim uygulamaları ile özel gereksinimli bireylerin eğitilebilirliği hakkındaki görüşleri nelerdir?
- 3- Katılımcıların sosyal beceri eğitiminin, uzaktan eğitim uygulamaları yolu ile sağlanabilmesi konusundaki görüşleri nelerdir?
- 4- Katılımcı görüşlerine göre, özel gereksinimli bireylerde sosyal beceriler geliştirmek amacı ile uzaktan eğitim uygulamalarında ne gibi etkinlikler yapılabilir?
- 5- Katılımcı görüşlerine göre, uzaktan eğitim uygulamaları ile özel gereksinimli bireylerde sosyal beceri gelişimi sağlanmaya çalışılırken, okul yöneticilerine ne gibi roller düşmektedir?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi, doğal ortama duyarlılık sağlaması, araştırmacının katılımcı rolü olması, bütüncül bir yaklaşıma sahip olması, araştırma deseninde esneklik olması, algıların ortaya konmasını sağlaması ve tümevarımcı bir analize sahip olması gibi önemli özelliklere sahip bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 43).

Araştırmada nitel yöntemlerden en sık kullanılanı, görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmenin, nitel çalışmada kullanılan en yaygın veri toplama yöntemlerinden biri olmasının nedeni, bu yöntemin bireylerin verilerini, görüşlerini, deneyim ve duygularını ortaya çıkarma yönünden oldukça güçlü olması ve konuşmayı temel almasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 148). Araştırmada, görüşme tekniğinin 3 türünden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, görüşme sorularının önceden belirlendiği ve bu sorularla verilerin toplandığı bir tekniktir (Karasar, 2020, s. 150).

2.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim-öğretim yıllarında KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığına bağlı devlet ilkokullarında çalışan yöneticiler ve öğretmenler oluşturmaktadır. 5 okul yöneticisi ve 10 öğretmen olmak üzere, toplam 15 kişiden oluşan çalışma grubu, “amaçlı örnekleme” yaklaşımına uygundur. Amaçlı örnekleme, zengin veri elde edileceğini düşünülen durumların derinlemesine incelenmesi olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 136).

Amaçlı örnekleme uygun olarak çalışmada seçilen yöneticiler ve öğretmenler, adanın farklı bölgelerinde görev yapan ve araştırmacılar tarafından önceden tanınan, kolay ulaşılabilen “kolay ulaşılabılır durum örneklemesine” uygun kişilerdir.

2.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak, “yarı yapılandırılmış görüşme” tekniği kullanılmıştır. Bu teknikte, araştırmacılar önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme formunu hazırlar. Görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir, kişinin yanıtlarını açmasını ve ayrıntılandırılmasını sağlayabilir (Türnüklü, 2000, s. 546).

Araştırmacılar tarafından hazırlanan görüşme soruları; “COVID-19 salgını, özel eğitim, uzaktan eğitim, özel eğitimde sosyal becerilerin geliştirilmesi, sosyal becerilerin geliştirilmesinde yönetici rolleri” gibi kavramlarını içine alacak şekilde belirlenmiştir. Görüşme sorularının iç geçerliliğini sağlamak için görüşme soruları; ikisi eğitim yönetimi alanında uzman, biri de Türk dili üzerinde uzman olan üç alan uzmanına gösterilmiştir. Daha sonra üç ilkokul öğretmeni ve bir okul yöneticisi ile soruların pilot uygulaması yapılmış ve böylece görüşme sorularına son şekli verilmiştir. Oluşturulan görüşme soruları şu şekildedir:

Soru-1:

COVID-19 salgını döneminde, MEB tarafından ilköğretimdeki özel eğitim öğrencileri için yapılan uzaktan eğitim uygulamaları hakkında görüşleriniz nelerdir?

Sonda: Sizce uygulamalar yeterli midir?

Soru-2:

Sizce uzaktan eğitim uygulamaları ile özel eğitim öğrencilerinin eğitimi mümkün müdür?

Sonda: Uzaktan eğitim ile özel eğitim öğrencileri hangi alanlarda eğitilebiliyor? Hangi alanlarda eğitimleri eksik kalıyor?

Soru-3:

Özel eğitim öğrencilerinin, başta salgın döneminde olmak üzere, uzaktan eğitim uygulamalarında sosyal beceri yönünden geliştirilmeleri mümkün müdür?

Sonda: Sosyal beceri eğitimi uzaktan eğitim yolu ile sağlanabilir mi? Nasıl sağlanabilir?

Soru-4:

Başta sosyal beceri gelişimi olmak üzere; özel eğitim öğrencilerinin COVID-19 salgını döneminde, eğitiminin sağlanabilmesi için, uzaktan eğitim uygulamalarında ne gibi etkinliklere yer vermek gerekir?

Sonda: Bu etkinliklerin yapılabilmesi için, süreç içerisinde kimlerden destek alınabilir? Alınabilecek destek ve yapılabilecek uygulamalar hakkında örnekler verir misiniz?

Soru-5:

Özel eğitim öğrencilerinin COVID-19 salgını döneminde, uzaktan eğitim uygulamaları ile sosyal beceri gelişimlerinin desteklenmesi için okul yöneticilerine ne gibi görevler düşmektedir?

Sonda: Okul yöneticileri bu süreci nasıl yönetebilir?

2.4. Verilerin Çözümlemesi

Araştırmada verilerin çözümlenmesi sırasında, “içerik analizi” yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, yazılı ve sözlü materyalin sistemli bir analizi olup söylenenin ya da yazılanın kodlanarak nicelleştirilmesidir (Balci, 2015, s. 300). Miles ve Huberman (1994, s. 69)’e göre, içerik analizi dört aşamada yapılır. Bu aşamalar şunlardır: a) Verilerin kodlanması, b) Temaların bulunması, c) Kodların ve temaların düzenlenmesi, d) Bulguların tanımlanması ve yorumlanması.

a) Verilerin Kodlanması: Görüşmeler sırasında elde edilen ve çözümlenmiş bilgiler satırlara numara verilerek döküm haline getirilmiştir. Daha sonra anlamlı bütünler oluşturulacak şekilde bölümler kodlanmıştır. Kodlama listesi araştırmacılar tarafından ayrı ayrı okunarak “görüş birliği” sağlanmış, “görüş ayrılığı” olan konularda tartışılarak yeni düzenlemeler yapılmıştır. Araştırmada, görüşme yoluyla elde edilen veriler ve bunların çözümlenmesiyle ilgili olarak araştırmacılar arasında oluşabilecek farklılıklar en aza indirgenmiş; bu amaçla araştırmanın her aşamasına birlikte karar verilmiştir.

b) Temaların Bulunması: Birinci aşamada belirlenen kodlar, oluşturulan kategoriler altında toplanmıştır. Böylece kodlar arasında ortak yönler bulunmaya çalışılmıştır.

c) Verilerin Kod ve Temalara Göre Düzenlenmesi: Katılımcıların görüşlerini, okuyuculara aktarabilmek için araştırmacılar tarafından her katılımcıya 1’den başlayarak numaralar verilmiştir. Görüşme sorularında, katılımcı görüşleri bulgularda verilirken, katılımcılar bu kodlamalarla anılmış (Örneğin: Ögt-1 veya O.Y-1) ve her bulguya ilişkin öğretmen görüşlerinden alıntılar yapılarak parantez içinde alıntı yapılan öğretmen kodları yazılmıştır.

d) Bulguların Tanımlanması ve Yorumlanması: Araştırmaya katılan öğretmenlerle görüşme sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulguların yorumlanması bu bölümde ele alınmıştır. Bulgular ayrıntılı bir şekilde, alıntılar gösterilerek sunulmuş ve böylece araştırmanın geçerlik kısmı da güçlendirilmiştir.

2.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmacılar, nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenirlilik kavramları yerine inandırıcılık, aktarılabirlik, tutarlılık gibi kavramlar kullanmayı tercih ederler. Araştırmanın inandırıcılığı için farklı uzmanların çalışmayı ve aşamalarını incelemesine başvurulabilir (Patton, 2018, s. 544). Bu amaçla araştırma sırasında, araştırmacıların isteği doğrultusunda uzman kişiler tarafından araştırma süreci boyunca incelemeler yapılmıştır. Araştırmada aktarılabirliği sağlamak için ise, ayrıntılı betimleme yapılmış ve araştırma verileri yorum yapılmadan aktarılmıştır. Yine geçerlilik ve güvenirlilik kavramları yerine kullanılan kavramlardan olan tutarlılığı sağlamak için ise, araştırmacılar verileri kodlama ve temalaştırma aşamalarında ortak karar vermişlerdir.

2.6. Araştırmanın Etik Yönü

“Yönetici ve Öğretmen Gözü ile COVID-19 Sürecindeki Uzaktan Eğitim Uygulamalarının Özel Gereksinimli Öğrencilerin Sosyal Beceri Gelişimine Etkileri” isimli araştırma için Uluslararası Final Üniversitesi, Araştırmalar Etik Kurulu’ndan 14.12.2021 tarihli (100/050/REK.001) no’lu karar ile birlikte Etik Kurul izni alınmıştır.

3. Bulgular ve Yorum

Araştırmada elde edilen bulgular ve bulgulara bağlı alıntılar aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Katılımcıların MEB tarafından ilköğretimdeki özel eğitim öğrencileri için yapılan uzaktan eğitim uygulamaları hakkındaki görüşleri

		TEMALAR			
		Olumlu Görüşler	N	Olumsuz Görüşler	N
Öğretmenler	- Yüz yüze kadar olmasa da etkili		8	-Teknolojik sıkıntılardan dolayı yetersiz kaldı	4
	-Öğrenci ve velinin istekli olması etkililiği artırdı		2	-Aile desteği eksik kaldı	3
	-Bireysel farklılıklara uygun eğitim yapılması etkili oldu		1	-Yetersiz	2
	TOPLAM		11	TOPLAM	9
Yöneticiler				-Alt yapı çok yetersiz	4
	-Yüz yüze kadar olmasa da etkili		2	-Yetersiz ama hiç yoktan iyi	1
				-Aile desteği eksik kaldı	1
	TOPLAM		2	TOPLAM	6
TOPLAM			13	TOPLAM	15

Tablo 1’de MEB tarafından ilköğretimdeki özel eğitim öğrencileri için yapılan uzaktan eğitim uygulamalarının öğretmenler ve okul yöneticileri gözünden değerlendirilmesine yer verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi, konu ile ilgili öğretmen katılımcılardan elde edilen görüşlerden; 11 tane olumlu, 9 tane de olumsuz görüş ortaya çıkmıştır. Okul yöneticileri ise konu ile ilgili iki tane olumlu, altı tane de olumsuz görüş bildirmişlerdir. Konu ile ilgili öğretmenlerin görüşleri ağırlıklı olarak olumlu yönde iken (N=11), yönetici görüşleri ağırlıklı olarak olumsuz yöndedir (N=6).

Elde edilen görüşlere bakıldığında zaman, öğretmenlerden olumlu olarak alınan görüşler arasında en sık ifade edilen “yüz yüze eğitim kadar olmasa da özel eğitimde yapılan uzaktan eğitimin de etkili olduğu” yönündedir (N=8).

Okul yöneticilerinden elde edilen tek olumlu görüş ise, yine aynı yöndeki fikirdir. Katılımcılardan elde edilen görüşler aşağıdaki gibi örneklenebilir:

“Özel öğrencilerin eğitiminin yüz yüze olması gerektiği bilinen bir gerçektir. Yine de yüz yüze eğitimin mümkün olmadığı durumlarda, öğrencilerin tamamen eğitimden uzak kalmaması için yapılacak uzaktan eğitim de etkili olacaktır.” (Öğt.-5)

“MEB, özel eğitim öğrencileri için yeterli miktarda uzaktan eğitim uygulaması yapmadı. Yapılan tüm uygulamalar, özel eğitim öğretmenlerinin kendi çabaları sonucu olmuştur. Bu uygulamaların yüz yüze eğitimin yerini tutabileceğini düşünmüyorum ama yine de hiç eğitim verilmemesinden iyidir.” (O.Y-1)

Konu ile ilgili olumsuz görüşlere bakıldığı zaman ise, hem okul yöneticileri (N=4), hem de öğretmenler (N=4) olumsuz görüş olarak en sık “alt yapı eksikliği ve teknolojik sıkıntılardan dolayı yapılan uzaktan eğitim uygulamalarının yetersiz kaldığından” bahsetmişlerdir. Olumsuz görüşlerle ilgili alıntılar ise aşağıdaki gibidir:

“Salgın döneminde MEB tarafından ilkokuldaki özel eğitim öğrencilerine yapılan uzaktan eğitimin yetersiz olduğunu düşünüyorum. İnternet ve bilgisayar eksikliğinin de uzaktan eğitimi olumsuz yönde etkilediğine inanıyorum.” (Öğt.-3)

“Uzaktan eğitim ile özel eğitim öğrencilerinin eğitilmesi mümkün değildir. Bu duruma engel olan birçok etken vardır. Bunların arasında en önemlisi ise, alt yapıda olan eksikliklerdir.” (O.Y-4)

Tablo 2. Katılımcıların uzaktan eğitim uygulamaları ile özel eğitim öğrencilerinin eğitiminin olabilirliği hakkındaki görüşleri

		TEMALAR		
		Eğitim mümkün olabilir	Eğitim mümkün olmaz	
		N	N	
Öğretmenler	- Engel düzeyine göre eğitim mümkün olabilir	3	-Akademik derslerde etkili ama beceri eğitiminde etkisiz	6
	- Uygun materyallerle kısmen eğitim mümkün olabilir	2	-Yaparak yaşayarak öğrenme fırsatı sunmaz, mümkün değil	3
			-Mümkün değil	1
	TOPLAM	5	TOPLAM	10
Yöneticiler	-Yüz yüze kadar olmasa da etkili	1	-Mümkün değil	3
			-Dikkat ve algı toplanamaz, eğitim mümkün değil	1
	TOPLAM	1	TOPLAM	4
	TOPLAM	6	TOPLAM	14

Tablo 2’de MEB tarafından ilköğretimdeki özel eğitim öğrencileri için yapılan uzaktan eğitim uygulamalarının, özel eğitim öğrencilerinin eğitiminin mümkünlüğü hakkındaki öğretmen ve okul yönetici görüşlerine yer verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi, konu ile ilgili öğretmen katılımcılardan elde edilen görüşlerden; beş olumlu, on olumsuz görüş ortaya çıkmıştır. Okul yöneticileri ise konu ile ilgili bir olumlu, dört olumsuz görüş bildirmişlerdir. Konu ile ilgili hem öğretmenlerin, hem de okul yöneticilerinin görüşleri ağırlıklı olarak olumsuz yönde olmuştur.

Elde edilen görüşlere bakıldığı zaman, öğretmenlerden olumlu olarak alınan görüşler arasında en sık ifade edilen “engel düzeyine göre eğitim mümkün” yönündedir (N=3). Okul yöneticilerinden elde edilen tek olumlu görüş ise, “yüz yüze eğitim kadar olmasa da etkili” şeklindeki ifadedir. Katılımcılardan elde edilen olumlu görüşler aşağıdaki gibi örneklenebilir:

“Özel eğitim öğrencilerinin engel düzeyine göre planlanan bir eğitim uygulaması ile eğitimi mümkün olabilir ve bu eğitimi uygun materyal desteği ile sağlayabiliriz.” (Öğt.-5)

“Yüz yüze eğitim kadar etkili olmayacağı ortadadır; ancak bu süreçte alternatif bir eğitim olarak en az kayıpla normale dönülmesi için uygulanabilir.” (O.Y-1)

Konu ile ilgili olumsuz görüşlere bakıldığı zaman ise hem öğretmenler (N=10) hem de okul yöneticileri (N=4), olumsuz görüş olarak en sık “uzaktan eğitimin akademik derslerde mümkün olsa bile, beceri eğitiminde mümkün olamayacağı yönündedir”. Olumsuz görüşlere aşağıdaki iki alıntıyı örnek olarak verebiliriz:

“Uzaktan eğitim ile akademik eğitim sağlanabilir ancak beceri eğitimi sağlanması mümkün değildir. Yapararak yaşayarak öğrenme imkanı sunmayacağından, mümkün değildir.” (Öğt.-9)

“Uzaktan eğitim ile özel eğitim öğrencilerinin gelişim sağlanması mümkün değildir. Dikkat ve algı toplanamaz.” (O.Y-4)

Tablo 3. Katılımcıların sosyal beceri eğitiminin uzaktan eğitim yolu ile sağlanabilir olması hakkındaki görüşleri

		TEMALAR		
		Olumlu Görüşler	Olumsuz Görüşler	
Öğretmenler	- Aile destek olursa, eğitici oyunlar çalışılabilir	3	- Sosyal beceri eğitimi uzaktan olmaz	3
	- Video ve sunumlarla desteklenirse kısmen olabilir	2	- Önce aile eğitimi yapılmalıdır	3
	- Çok sınırlı ilerleme olur	1		
	TOPLAM	6	TOPLAM	6
Yöneticiler	-Yüz yüze eğitim kadar olmasa da etkili	1	-Mümkün değil	3
			-Dikkat ve algı toplanamaz, eğitim mümkün değil	1
	TOPLAM	1	TOPLAM	4
TOPLAM		7	TOPLAM	10

Özel eğitim öğrencileri için yapılan uzaktan eğitim ile sosyal beceri eğitiminin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği ile ilgili öğretmen ve yönetici görüşleri Tablo-3’te sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi, konu ile ilgili öğretmen katılımcılardan elde edilen görüşlerden; altı olumlu, altı olumsuz görüş ortaya çıkmıştır. Okul yöneticileri ise konu ile ilgili bir olumlu, dört olumsuz görüş bildirmişlerdir. Konu ile ilgili öğretmenlerin görüşleri olumlu ve olumsuz yönde eşit iken (N=6), yönetici görüşleri ağırlıklı olarak olumsuz yöndedir (N=4).

Elde edilen görüşlere bakıldığı zaman, öğretmenlerden olumlu olarak alınan görüşler arasında en sık ifade edilen “aile desteği olursa eğitici oyunlar çalışılabilir” yönündedir (N=3). Okul yöneticilerinden elde edilen tek olumlu görüş ise, “yüz yüze kadar olmasa da etkili olduğu” yönündedir. Katılımcılardan elde edilen olumlu görüşlerle ilgili alıntılar aşağıdaki gibidir:

“Özel eğitim öğrencilerinin sosyal beceri gelişiminin uzaktan eğitim ile sağlanabilmesi için aile desteği ile düzenlenecek oyunlar, video ve sunumlar ile destekleme ile yine de kısmen bir gelişim sağlanabilir.” (Öğt.-5)

“Özel eğitim öğrencileri ile yapılacak uzaktan eğitim ile sosyal beceri gelişimi sağlanması, yüz yüze eğitimde olduğu gibi başarı beklenemez”. (O.Y-1)

Konu ile ilgili olumsuz görüşlere bakıldığı zaman ise, hem okul yöneticileri (N=4), hem de öğretmenler (N=6) olumsuz görüş olarak en sık “sosyal beceri eğitiminin uzaktan eğitim ile mümkün olmayacağından” bahsetmişlerdir. Olumsuz görüşlerle ilgili alıntılar ise aşağıdaki gibidir:

“Özel eğitim öğrencileri ile uzaktan eğitim yolu ile sosyal beceri gelişimi sağlamak, aile eğitimi ve desteği sağlanmadan neredeyse imkânsızdır.” (Öğt.-3)

“Uzaktan eğitim yolu ile sosyal beceri sağlanması dikkat ve algı toplanamayacağı için mümkün değildir. .” (O.Y-4)

Tablo 4. Katılımcıların özel eğitim öğrencilerinin uzaktan eğitimi sırasında yapılabilecek etkinliklere yönelik görüşleri

	Görüşler	N
Öğretmenler	-Teknolojiden yararlanıp uygun materyal geliştirme (kitap, video, online uygulama vb.)	7
	-Öğrencilerle birebir ilgilenen aile fertlerinden destek alınmalıdır	5
	-Müzikli oyun ve etkinliklere yer verilmelidir	1
	TOPLAM	13
Yöneticiler	-Aileler konu ile ilgili eğitilmelidir	3
	-Ailelerden destek alınmalıdır	3
	-Engel türüne göre interaktif uygulamalar hazırlanmalıdır	2
	TOPLAM	8
TOPLAM		21

Tablo 4’te özel eğitim öğrencilerine, uzaktan eğitim uygulamaları ile yaptırılacak etkinlikler hakkındaki okul yöneticileri ve öğretmen görüşleri verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi, konu ile ilgili öğretmen katılımcılardan elde edilen görüşler ve okul yöneticilerinden elde edilen görüşler de üç başlıkta birleştirilmiştir.

Elde edilen görüşlere bakıldığı zaman, öğretmenler en çok söylenenden başlanarak, “teknolojiden yararlanılarak uygun materyaller geliştirme” (N=7), “öğrenciler ile bire bir ilgilenen aile fertlerinden destek alma” (N=5) ve “müzikli oyun ve etkinliklere yer verme” (N=1) görüşlerine değinmişlerdir. Okul yöneticileri ise söylenme sıklığına göre sırası ile “aileler konu ile ilgili eğitilmelidir” (N=3), “ailelerden destek alınmalıdır” (N=3) ve “engel türüne göre interaktif uygulamalar hazırlanmalıdır” (N=2) görüşlerine değinmişlerdir.

Tablo 5. Katılımcıların özel eğitim öğrencilerinin uzaktan eğitim ile sosyal becerilerinin geliştirilmesine yönelik yönetici roller hakkındaki görüşleri

	Görüşler	N
Öğretmenler	- Öğretmen-veli iletişimini sağlamak	10
	--Gerekli olan teknolojik araç-gereçleri sağlamak	7
	- Süreci takip edip aksaklıkları gidermek	1
	TOPLAM	18
Yöneticiler	- Aileleri çocukların eğitimine katmak konusunda istekli hale getirmek	5
	- Veli-öğretmen iletişimini sağlamak	3
	- Öğretmenlere kendilerini geliştirecek kurslara katılım imkânı sunmak	2
	TOPLAM	10
TOPLAM		28

Araştırmada son olarak katılımcılara özel eğitim öğrencilerinin, uzaktan eğitim uygulamaları ile sosyal becerilerinin geliştirilmesine yönelik etkinliklerde yönetici rollerinin ne olduğu ile ilgili görüşleri sorulmuştur. Elde edilen cevaplar ise, Tablo 5’te sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi, konu ile ilgili öğretmen katılımcılardan elde edilen görüşlerde en sık söylenen, “öğretmen-veli iletişimini sağlama konusunda yöneticilere görevler düşmesi” (N=10) olmuştur. Öğretmenlerden elde edilen görüşler ise sırası ile “okul yöneticilerinin, öğrencilerin eğitimi için gerekli olan teknolojik araç-gereci sağlamakla yükümlü oldukları” (N=7) ve “sürdürülen uzaktan eğitim uygulamaları sürecinin yöneticiler tarafından takip edilmesi gerektiği” (N=1) olmuştur.

Okul yöneticilerinin, uzaktan eğitim uygulamaları ile sosyal becerilerinin geliştirilmesine yönelik etkinliklerde kendilerine düşen rollerle ilgili görüşlere bakıldığı zaman ise, yöneticiler kendilerini en çok “aileleri öğrencilerin eğitime katma” (N=5) konusunda

sorumlu görmektedirler. Bunun dışında yöneticilerin bu süreç içerisinde kendilerine yükledikleri sorumluluklar söylenme sıklığına göre şu şekildedir: “öğretmen ve veli iletişimini sağlamak” (N=3), “süreç için gerekli olan alanlarda, öğretmenlerin kendilerini geliştirebilecekleri aktivitelere olanak sağlamak” (N=2).

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Özel eğitim uygulamaları, tarih boyunca genel eğitim uygulamalarından farklılık göstermiştir. Bu farklılık; derslerin içerikleri başta olmak üzere, uygulamada kullanılan materyal farklılıkları, bireysel olarak uygulanan öğretim programları, uygulama saatlerinin içerikleri, bireylerin farklı gereksinimleri doğrultusunda, farklı özelliklere sahip alanında uzman bir ekip tarafından yürütülmesi (Cavkaytar, 2019, s. 9) gibi özelliklerle devam etmektedir. Bunlarla birlikte, genel eğitimde öğrenciye sunulacak içerikler önceden belirlenirken, özel eğitimde içerikler öğrencinin ihtiyaçlarına göre bireysel olarak belirlenmekte ve her birey için değişebilmektedir. Özel eğitimin amacı sadece akademik olarak öğrenciyi yaş grubunun seviyesine getirmek değil, özel gereksinimli öğrencilere hayatlarını devam ettirebilme becerileri kazandırmak ve sosyalleşme konusunda yardımcı olarak, üretici ve mutlu bireyler olmalarına katkı sağlamaktır (Kılıç, 2015, s. 7).

Özel eğitime ihtiyacı olan öğrencilerin sosyal becerilerinin, COVID-19 sürecinde hayata geçirilen uzaktan eğitim uygulamaları ile geliştirilmesini konu alan bu çalışmada, özel eğitim öğretmenleri ve okul yöneticileri uygulamaların yüz yüze eğitim kadar başarılı bulmadıklarını dile getirmişler ve hiç eğitim yapılmamaktansa, küçük bir alternatif olabileceğini savunmuşlardır. Bu bulguya benzer bir şekilde Karasel ve Diğ. (2020, s. 5), yine KKTC’deki uzaktan eğitim uygulamalarının özel eğitim alan öğrenciler üzerindeki etkisini araştırdıkları araştırmalarında, uzaktan eğitimin özel gereksinimleri olan öğrencilerin eğitimi konusunda yüz yüze kadar etkili olamayacağını savunmuşlardır.

Uzaktan eğitim süreci, özel gereksinimli öğrencilerin özel eğitim öğretmenleri ile yüz yüze çalışma olanağını ortadan kaldırdığı için özel eğitim alan öğrencilerin önemli oranda eğitim haklarından yoksun kalmalarına neden olmuştur. Mengi ve Alpdoğan (2020, s. 417) bu durumu, özel eğitim öğretmenlerinin uzaktan eğitim uygulamaları ile eğitimleri yürütmesini zorlaştırdığını ve özel eğitimde en önemli role sahip özel eğitim öğretmenlerinin öğreticilik rolünün ikinci plana itildiğini vurgulamışlardır.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, engel düzeyinin seviyesine bağlı olarak özel eğitim öğrencilerinin de uzaktan eğitim ile eğitilmelerinin mümkün olabileceği ortaya çıkmıştır. Katılımcılar; aile desteğinden ve teknolojiye yararlanılarak seçilecek uygun materyaller kullanarak, müzikli oyun, düzeye uygun etkinliklerle ve eğitici oyuncaklar yardımı ile özel eğitim öğrencilerine uzaktan eğitim verilebileceği konusunda görüşler belirtmişlerdir. Kargın’ın (2019, s. 72) da belirttiği gibi, özel eğitim öğrencilerinin performansı ortamın özellikleri, kullanılan materyaller, uygulanacak yöntemler, eğitimin ne zaman ve kim tarafından ne kadar süreyle verileceği gibi değişkenlerden etkilenmektedir.

Özel eğitim konusunda yapılan tüm araştırmalar; COVID-19 pandemisine bağlı olarak okulların kapanmasının, öğrenme sürekliliğini sağlamak için hükümetlere ve öğretmenlere, öğrencilere ve velilere birçok zorluk getirdiğini ortaya koymuştur (Chang ve Satako, 2020). Özellikle özel eğitim öğrencilerinin eğitiminde, araştırmanın bulgularında da görüldüğü gibi; uzaktan eğitim faaliyetleri öğretmen kontrolünden ziyade aileler aracılığıyla yürütülme noktasına gelmiştir. Mengi ve Alpdoğan (2020, s. 420) bu durumu, uzaktan eğitim sürecinde velilerine daha da büyük sorumluluklar düştüğünü ve velilerin özel eğitim öğretmenleriyle daha fazla işbirliği yapmalarının zorunluluğu doğurduğunu ifade etmişlerdir.

Araştırmaya katılan katılımcılar, özel gereksinimli öğrencilerin eğitimi konusunda, uzaktan eğitim uygulamaları ile akademik derslerde öğrencilerin eğitilebileceği konusunda inanç belirtmelerine rağmen; beceri eğitimlerinde uzaktan eğitimin yeterli olmayacağına

değınmişlerdir. Oysa ki özel gereksinimli çocukların problem davranışları ile ilgili yapılan birçok araştırmada, akademik başarıdan daha çok sosyal beceri gelişiminin önemine değinilmekte ve yapılan araştırmalarda; çocuklarla sosyal iletişimi artırıcı paylaşımlar yapılmasının, çocuğa sorumluluk verilmesinin, evde ve okulda çocukların çevreleri ile iletişim ve sosyalleşme becerilerinin geliştirilmesinin ve sosyal beceri eksikliğinin giderilmesinin, istenmeyen problemlı davranışları azaltmakta etkili olduğu vurgulanmıştır (Çelik, 2012, s. 20; Erdinç, Kaya ve İrice, 2020; Parenteau ve diğ., 2020, s. 3). Bununla birlikte Kaya (2002, s. 45) da sosyal beceri gelişiminin önemine değinmiş ve uzaktan eğitim uygulamalarının, yardımsız ve kendi kendine öğrenme alışkanlığı olmayan öğrencilerin eğitimi konusunda, beceri ve tutuma yönelik olan davranışların kazandırılmasında etkili olamayacağını ifade etmiştir.

COVID-19 nedeni ile okulların kapanması sonucunda tüm Dünya ülkeleri, eğitim sistemini ayakta tutmak adına yenilik yapmaya zorlanmışlardır. Tüm dünyada yeni bir eğitim sistemi şekillenmeye başlamış ve bir yandan ülkeler kesintisiz öğretime devam etmek için çözümler bulmaya çalışırken, diğeri yandan da öğrenmenin kalitesini dijital erişim seviyesine yükseltmek için çaba göstermeye gitmişlerdir (Gilani, 2020). Bu süreçte, ülkelerin genellikle farklı teknolojik alt yapılarla desteklenen mevcut uzaktan eğitim olanaklarını kullanmaya çalıştıkları görülmektedir. Yapılan araştırmanın diğeri bir bulgusunda buna benzer olarak bizim ülkemizde de özel eğitime ihtiyaç duyan öğrencilerin eğitimi için yapılan uzaktan eğitim uygulamalarında mevcut altyapının eksiklikleriyle kullanılmaya çalışıldığı fakat bu alt yapı eksikliklerinin de uzaktan eğitim uygulamalarının yetersiz kalmasına neden olduğunu ifade etmişlerdir.

Ağaoğlu, İmer ve Kurubacak'a (2002, s. 45) göre, uzaktan eğitim, öğrenenlerin ve öğretmenlerin birbirlerinden uzakta olduğu, herhangi bir yerde, zamanda veya yaşta herkes için eğitim fırsatları sunmaktadır. Fakat bu süreçten herkesin eşit şekilde yararlanabilmesi için Eğitim Bakanlıklarına ve okul yöneticilerine büyük görevler düşmektedir. Fırsatların eşit şekilde sunulmaması; zaten akranlarına göre farklı gelişim düzeylerine sahip olan özel eğitim ihtiyacı öğrencileri daha da gerilemesine yol açacaktır. Giannin ve Albrechtsen (2020) bu durumu; eğitim sisteminde fırsat eşitliğinin yaratılmaması halinde, eğitim sisteminde özel eğitim öğrencileri aleyhine olan mevcut eşitsizliklerin daha da büyütüleceği, özellikle en savunmasız ve ötekileştirilmiş olanlar çocuklar için daha uzun vadeli olumsuz sonuçlar doğurabileceği ve birçok öğrencinin sosyal strese maruz kalacağı şeklinde belirtmektedirler. Bu noktada araştırmada katılımcılara son olarak, özel eğitim öğrencilerinin uzaktan eğitim uygulamaları ile sosyal becerilerinin geliştirilmesi konusundaki yönetici rollerinin neler olduğu sorulmuştur. Bu konuda elde edilen bulgularda ise, öğretmen-veli iletişiminin sağlanması, eğitim için gerekli olan teknolojik araç-gereci sağlanması, sürdürülen uzaktan eğitim uygulamaları sürecinin yöneticiler tarafından takip edilmesi gerektiği gibi önemli görüşler ortaya çıkmıştır. Bunun yanında katılımcılar, süreç için gerekli olan alanlarda öğretmenlerin kendilerini geliştirebilecekleri aktivitelere katılmasına olanak sağlanması konusunda da okul yöneticilerine görevler düştüğünü belirtmişlerdir. Chang ve Satako'ya (2020) göre, uzaktan eğitim uygulamalarında özellikle küçük yaş gruplarında aile ve eğitim kurumu arasındaki iletişim önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle hemen hemen tüm ülkeler, öğretmenler ve okul yöneticileri, öğrenciler ve velilerle iletişimi desteklemek için mevcut uygulamalar ile birlikte canlı dersler ve çevrimiçi kurslar düzenlemektedirler.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgulara bağlı kalınarak sunulabilecek öneriler ise şu şekilde sıralanabilir:

-Uzaktan eğitim sürecinde özel gereksinimi olan öğrencilere verilecek eğitim ve yapılacak uygulamalarda, her öğrencinin özel durumunun ve ihtiyaçlarının birbirinden farklı olduğunu göz önüne almak gerekir. Buna bağlı olarak seçilecek olan uygulama ve etkinliklere dikkat edilmelidir.

-Uzaktan eğitim uygulamalarında özel gereksinimli öğrencilerin eğitilmesini ve de özellikle beceri kazanmasını sağlamak için, öncelikle ailelerin bu konuda eğitim alması ve bilgilendirilmesini sağlamak gerekir. Bu noktada ise okul yöneticilerine önemli görevler düşmektedir.

-Özel eğitim öğretmenlerine, uygulamalarda kullanılacak fonksiyonel materyal desteği verilmelidir. Özellikle öğrencilerde beceri kazandırmayı hedefleyen içerikler için, içeriğe uygun materyallerle öğretmenler desteklenmelidir.

-Özel gereksinimi olan bireylerin, hayata daha kolay adapte olmasına katkı sağlamak için sosyal beceri yönünden geliştirilmelerine daha fazla önem verilmelidir.

-Özel eğitim öğretmenleri, kendilerinde eksik veya yetersiz gördükleri alanlarda gelişimlerini destekleyecek kurslara katılmalı ve okul yöneticileri de bu noktada öğretmenleri desteklemelidir.

-Uzaktan eğitim sürecinde, özellikle özel gereksinimli öğrenciler için aile desteği çok önemli olduğu için okul yöneticileri velilerle-öğretmenler arasında etkili bir iletişim kurulabilmesi için köprü görevini üstlenmelidir.

-MEB yetkilileri, özel gereksinimli bireylerin uzakta eğitimden daha verimli bir şekilde yararlanmalarını ve becerilerinin gelişmesini sağlanmasını desteklemek amacı ile kurumlara, öğretmenlere ve ailelere gerekli olan donanım ve materyal desteğini sunmalıdır.

Kaynakça

- Acar, Ç. (2014). *Aile Eğitim Rehberi, Zihinsel Engelli Çocuklar. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile Eğitim Rehberi.* Erişim adresi: <https://www.ailevecalisma.gov.tr/media/1519/zihinsel-engelli-cocuklar.pdf>
- Agaoglu, E., Gulriz, Imer, ve Kurubacak, G. (2002). A Case Study of Organizing Distance Education: Anadolu University. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 3 (1). Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/156605>
- Akçamete, G. (2009). *Özel Eğitime Başlangıç. Genel Eğitim Okullarında Özel Gereksinimi Olan Öğrenciler ile Özel Eğitim*, Ankara: Kök Yayıncılık.
- Ataman, A. (2004). *Üstün Zekâlı ve Üstün Yetenekli Çocuklar. Özel Gereksinimli Çocuklar ve Özel Eğitime Giriş*, (Ed. A. Ataman). Ankara: Gündüz Yayınevi.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. (11. bas). Ankara: Pegem Yayınları.
- Balcı, A. (2018). *Karşılaştırmalı Eğitim Sistemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Boz, M., Uludağ, G. ve Tokuç, H. (2018). Aile Katılımlı Sosyal Beceri Oyunlarının Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Sosyal Becerilerine Etkisi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(1), 137-158.
- Cavkaytar, A. (2019). *Özel Eğitime Gereksinim Duyan Çocuklar ve Özel Eğitim. İ. H. Diken (Ed.), Özel Eğitime Gereksinim Duyan Çocuklar ve Özel Eğitim (3-29)*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Chang, G.C. ve Satako, Y.(2020). How Are Countries Addressing The Covid-19 Challenges İn Education? A Snapshot Of Policy Measures. Erişim adresi: <https://gemreportunesco.wpcostaging.com/2020/03/24/how-are-countriesaddressing-the-covid-19-challenges-in-education-a-snapshot-of-policymeasures/>
- Çelik, S. (2012). *Problem Davranışları Önlemeye Yönelik Başarıya İlk Adım Erken Eğitim Programı Anaokulu Versiyonunun Etkililiği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu

- Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Erişim adresi: file:///C:/Users/PC/Downloads/315457%20(1).pdf
- Çelikten, Y. (2018). Üstün Yetenekli Çocuklar ve Yönetim. *Turkish Journal of Educational Studies*. 5(1), 1-15. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/414282>
- Dağseven, D. (2018). *Sosyal Becerilere Genel Bakış. E. Sazak (Ed.), Özel Eğitimde Sosyal Uyum Becerilerinin Öğretimi İçinde* (s. 33-54). Ankara: Pegem Akademi.
- Erdinc, S., Kaya, M. U. ve İrice, U. (2020). *Covid-19 Salgını Döneminde Evde İyi Olma Halini Koruma Rehberi*. İstanbul: Anne Çocuk Eğitim Vakfı. Erişim adresi: https://www.acev.org/wpcontent/uploads/2020/05/ACEV_CovidRehber_BASKIFinal-1.pdf
- Ertürk, S. (2016). *Eğitimde Program Geliştirme*. Ankara: Edge Akademi.
- Eurybase, (2009). *Türk Eğitim Sisteminin Örgütlenmesi*. Ankara: European Commission. Erişim adresi: http://www.edchreturkeyeu.coe.int/Source/Resources/ORGANISATION_OF_THE_EDUCATION_SYSTEM_IN_TURKEY_TU.pdf
- Giannini, S. ve Albrectsen, A.B.(2020). *Covid-19 School Closures Around The World Will Hit Girls Hardest* Erişim adresi: <https://en.unesco.org/news/covid-19school-closures-around-world-will-hit-girls-hardest>
- Gilani, I. (2020). *Coronavirus Pandemic Reshaping Global Education System?* Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/en/education/coronavirus-pandemicreshaping-global-education-system/1771350>
- Hui DS, I Azhar E, Madani TA, Ntoumi F, Kock R, Dar O, ve diğ. (2020). The Continuing 2019-nCoV Epidemic Threat of Novel Coronaviruses to Global Health – The Latest 2019 Novel Coronavirus Outbreak in Wuhan, China. *Int J Infect Dis*. Cilt 91, s. 264–66. Doi: <http://10.1016/j.ijid.2020.01.009>
- ICD-10-CM *Interim Coding Guidance for COVID-19*. Hastalık Kontrol ve Korunma Merkezleri. Erişim adresi: <https://www.cdc.gov/nchs/icd/icd10cm.htm>
- İlgaz, H., ve Aşkar, P. (2009). The Development of a Community Feeling Scale toward Online Distance Education Environments. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 1(1), 27-34. Erişim adresi: file:///C:/Users/PC/Downloads/3-Article%20Text-473-1-1020210114.pdf
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (36. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karasel Ayda, N., Bastas, M., Altınay, F., Altınay, Z., ve Dagli, G. (2020). Educación a distancia para estudiantes con necesidades especiales en escuelas primarias en el período de epidemia CoVid-19. *Propósitos y Representaciones*, 8(3). Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8n3.587>
- Kargın, T. (2019). *Bireyselleştirilmiş Eğitim Programı (BEP) Hazırlama ve Öğretimin Bireyselleştirilmesi*. İ. H. Diken (Ed.), Özel eğitime gereksinim duyan çocuklar ve özel eğitim (72-99). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kaya, Z. (2002). *Uzaktan Eğitim*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Kılıç, M. (2016). *Okul Öncesi Çocuklarına Uygulanan Sosyal Beceri Eğitiminin Sosyal Beceri Düzeyleri Üzerindeki Etkisi Ve Sosyal Beceri Düzeyleri İle Mizaç Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi. Erişim adresi: file:///C:/Users/PC/Downloads/429513.pdf

- Kılıç, R. (2015). *Özel Eğitim Hizmetleri Tanıtım El Kitabı*. Milli Eğitim Bakanlığı. Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/4079760-T-c-milli-egitimbakanligi-ozel-egitim-rehberlik-ve-danisma-hizmetleri-genel-mudurluguozel-egitim-hizmetleri-tanitim-el-kitabi.html>
- Mengi, A. ve Alpdoğan, Y. (2020) Covid-19 Salgını Sürecinde Özel Eğitim Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Süreçlerine İlişkin Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 413-437. Doi: <http://10.37669/milliegitim.776226>
- Miles, H.B. ve Huberman A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. California: Sage.
- Noz, H. (2018). *Sosyal Becerilerin Öğretimine Ve Sosyal Becerilerin Öğretiminde Karşılaşılan Güçlüklerle Yönelik Öğretmen Görüşleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ. Erişim adresi: <file:///C:/Users/PC/Downloads/533259.pdf>
- Parenteau, C., Bent, S., Hossain, B., Chen, Y., Widjaja, F., Breard, M., ve Hendren, R. (2020). The Experience of Parents of Children With Autism Spectrum Disorder During The COVID19 Pandemic: A *Qualitative Analysis*. 1-13, Doi: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-46426/v1>
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. (Çev. M. Bütün ve SB Demir). (2. baskı) Ankara: PegemA Akademi.
- Sakarya, A. (2011). *Zihinsel Engelli Çocuklar İçin Moodle Ortamında Bir Uzaktan Eğitim Sisteminin Geliştirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Erişim adresi: <file:///C:/Users/PC/Downloads/300166.pdf>
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim Bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi* 6(4), 543-559 Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/108517>
- WHO. (2020a). *Naming The Coronavirus Disease (COVID-19) and The Virus That Causes It*. World Health Organization (WHO). Erişim adresi: [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-andthe-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-andthe-virus-that-causes-it)
- WHO. (2020b). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19*. World Health Organization (WHO) Erişim adresi: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-generals-remarks-at-the-media-briefing-on-2019-ncov-on-11-february-2020>
- Yaşar Ekici, F. (2015). Okul Öncesi Eğitime Devam Eden Çocukların Sosyal Becerileri ile Aile Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Yıldırım, A. ve Simsek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık <https://saglik.gov.ct.tr/> <http://mebnet.net>

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Uluslararası Fırat Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı

Tarih: 14.12.2021

No: 100/050/REK.001

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



Sınıf Öğretmeni Adaylarının Çocuk Edebiyatına Yönelik Metaforlarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Primary School Teacher Candidates' Metaphors about Children's Literature

Arş. Gör. Elife Nur SAYDAM¹, Öğr. Gör. Dr. Aysel FERAH ÖZCAN²

Öz

Çocuk edebiyatı, erken yaşlardan başlayarak çocukların okuma kültürü edinmelerinde kilit bir role sahip olan; dil, anlatım ve içerik bakımından çocuklara yönelik hazırlanmış edebiyat ürünlerinin tamamını içeren bir kavramdır. Özellikle ilkokul çağındaki çocukların edebiyat ürünleri ile tanıştırılması sürecinde önemli bir görev üstlenen sınıf öğretmenlerinin çocuk edebiyatına yönelik imgelerinin temellerinin, lisans düzeyinde çocuk edebiyatı ile karşılaştıkları süreçte atıldığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmada sınıf öğretmeni adaylarının ilkokulda çocuk edebiyatına yönelik metaforlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma metodlarından fenomenoloji ile gerçekleştirilen bu araştırma, 51 öğretmen adayının katılımı ile yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan içeriğinde sınıf öğretmeni adaylarının sınıf düzeyi ve cinsiyet bilgileri ile birlikte “ilkokulda çocuk edebiyatı...gibidir; çünkü...”, “ilkokulda çocuk şiirleri...gibidir; çünkü...” ve “ilkokulda çocuk hikâye kitapları...gibidir; çünkü...” ifadelerinin yer aldığı bir form kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda öğretmen adaylarının ilkokul çocuk edebiyatı kavramına yönelik ürettikleri metaforlar 3, ilkokul çocuk şiirine yönelik ürettikleri metaforlar 3 ve ilkokul hikâye kitaplarına yönelik ürettikleri metaforlar 5 ana tema olarak belirlenmiştir. Öğretmen adaylarının her kavram kapsamında ürettikleri metaforlar çerçevesinde oluşturulan temaların, ilkokulda çocuk edebiyatı, çocuk şiirleri ve hikâye kitapları kavramlarının farklı niteliklerini vurguladığı görülmüştür. Araştırma sonucunda sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı ürünlerine yönelik farkındalıklarının artırılması ve bu ürünlerin tüm derslerde temel araç olarak kullanılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk edebiyatı, ilkokul, çocuk şiirleri, çocuk hikâye kitapları, sınıf öğretmeni adayı.

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Children's literature, which has a key role in children's acquisition of reading culture starting from an early age; It is a concept that includes all of the literary products prepared for children in terms of language, expression and content. It is thought that the foundations of the images of the primary school teachers, who play an important role in the process of introducing children to literature products, especially in the process of introducing children's literature to children's literature, were laid in the process when they encountered children's literature at the undergraduate level. In this study, it was aimed to determine the metaphors of primary school teacher candidates about children's literature in primary school. This research, which was carried out with phenomenology, one of the qualitative research methods, was carried out with the participation of 51 teacher candidates. As a data collection tool, it is like “children's literature in primary school.... because...”, “it is like children's poems in primary school...; because...” and “children's storybooks in primary school... are like; because...” statements were used. The data obtained from the research were subjected to content analysis. The data obtained from the research were subjected to content analysis. As a result of the research, the metaphors produced

¹Sakarya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, elifenursaydam@sakarya.edu.tr

²Sakarya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, aferah@sakarya.edu.tr

by the pre-service teachers for the concept of primary school children's literature 4, the metaphors they produced for primary school children's poetry 3, and the metaphors they produced for primary school storybooks were determined as 5 main themes. It was seen that the themes created within the framework of the metaphors produced by the pre-service teachers within the scope of each concept emphasized the different qualities of the concepts of children's literature, children's poems and story books in primary school. As a result of the research, it was suggested to increase the awareness of primary school teacher candidates about children's literature products and to use these products as a basic tool in all lessons.

Keywords: Children's literature, primary school, children's poems, children's story books, classroom teacher candidate.

Paper Type: Research

Giriş

Çocuk edebiyatı, “çocuk” ve “edebiyat” kavramlarını bir araya getiren ve bu kavramların sahip olduğu kendine has özellikleri taşıyan, edebî ve estetik nitelikteki tüm yazılı ve sözlü ürünleri içeren kapsamlı bir kavramdır. Sever’e (2013) göre dille oluşturulan bir sanat olan edebiyat aynı zamanda her dilin en yetkin kullanımını göstermek için önemli bir araç özelliği taşımaktadır. En genel tanımıyla çocuklara yönelik hazırlanmış edebiyat ürünleri olarak ifade edilen çocuk edebiyatı ürünlerinin (Koyuncuoğlu, 2021) erken yaşlardan itibaren çocukları renk ve çizginin estetik diliyle tanıştıran ilk araçlar olduğu söylenebilir (Sever, 2013). Şirin’e (2007) göre ise çocuk edebiyatı temel kaynağı çocuk ve çocukluk olan; çocuğun duygu, düşünce ve hayal dünyasına uygun olmakla birlikte çocuk bakışını ve gerçekliğini yansıtabilen; dil ve düşüncede çocuk için gerekli olan yalınlığa ve içtenliğe sahip geçiş dönemi edebiyatıdır. İki yaştan başlayarak ergenlik dönemine kadar geçen süreç içerisindeki çocukların ilgi, ihtiyaç ve algılarına yönelik hazırlanan metinleri kapsayan çocuk edebiyatı ürünleri (Sınar, 2006; Huck, Kiefer, Hepler ve Hickman, 2004) hikâye, şiir, roman gibi edebiyat ürünleriyle sınırlı olmamakla birlikte efsane, destan, masal, bilmece, tekerleme, fabl, anı, mektup gibi farklı türden edebiyat ürünlerini de içerisinde barındırmaktadır.

Batı’da meydana gelen “çocuk modernleşmesi”, “matbaanın icadı”, “sanayileşme” ve “okullaşma” çocukların yetişkinlerin birer minyatürü olduğu fikrini ortadan kaldırmakta kilit bir rol oynayan gelişmelerdir. Çocuk edebiyatı kavramının, XV. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan, geleneksel çocuk ve çocukluk kavramlarının sorgulanarak farklılaşmasına öncülük eden çocuk modernleşmesi ile birlikte XVI. yüzyıldan itibaren çocuk ve çocukluk kavramları üzerine odaklanılmasının bir sonucu olduğu ifade edilebilir (Şirin, 2016a; 2016b). Çocukların yetişkinlerin minyatürü olduğu fikrinin yıkılması ve çocukların yetişkinlerden farklı birer birey olduklarının kabul edilmesiyle birlikte çocuk edebiyatı alanında iki temel kavram kendini göstermiştir: *Çocuğa görelilik ve çocuk gerçekliği*. Bu kavramlardan çocuğa görelilik (Yurttaş, 1997; Özdemir, 1983; Sever, 2003) çocuğun hayal dünyasına, ilgi-beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik olan bununla birlikte çocuğun gelişim özelliklerini göz önünde bulundurarak dil evrenine hitap eden, duygu düşünce bakımından çocuğu besleyerek okuma alışkanlığı ve sevgisi kazandırabilecek özelliklerin bütünü olarak ifade edilebilir. Çocuklar için üretilecek olan edebi ürünlerin içerik ve konu bakımından çocuğa uygun olmasını da anlatan çocuğa görelilik kavramı kısaca; çocuk edebiyatı ürünlerinin içereceği tüm yazınsal gerekliliklerin yanı sıra çocuğa ilişkin her türlü durumun göz önünde bulundurulması olarak da tanımlanabilir. Diğer bir kavram olan ve çocuğun hayal dünyasını, duygularını, düşüncelerini ön plana çıkaran çocuk gerçekliği ise (Lüle, 2007); çocukların gerçekmiş gibi algılamalarına rağmen dış dünyada nesnel bir karşılığı olmayan algılama farklılıklarıdır. Çocuktan çocuğa değişiklik gösterebilen çocuk gerçekliği, çocukların bakış açılarındaki farklılıkları ortaya çıkaran önemli bir değişken olma özelliğine sahiptir (Çer, 2014). Bu çerçevede değerlendirildiğinde edebiyat ürünlerinin çocuk edebiyatı niteliği taşımasında “çocuğa göre” ve “çocuk gerçekliği”ne uygun bir yapıda tasarlanmasının, ürünlerin niteliği bakımından kritik bir role sahip olduğu söylenebilir.

Çocuk edebiyatı ürünleri erken yaşlardan başlayarak çocukların duygu-düşünce dünyalarını genişleterek onlara sınırsız örnekler sunmada ayrıca ilkökul ve devamındaki yıllarda çocuklara okuma alışkanlığı ve sevgisi kazandırarak okuma kültürü oluşturmada kilit bir görev üstlenmektedir (Sever, 2010). Bu edebiyat ürünleri çocukların dil gelişimlerinin -*özellikle ana dillerini tanımaları ve etkili bir şekilde kullanabilmelerinin*- yanı sıra bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimlerini destekleyen araçlar olarak birçok kavramın çocuklara öğretilmesine imkân sağlayan bir bağlam da oluşturmaktadır (Ulusoy ve Altun, 2018; Sever, 2013; 2010). Çocukların yaşadıkları çevreyi tanımaları, dış ve iç dünyalarını anlamlandırmalarına yardımcı olan çocuk edebiyatı ürünleri (Yılmaz, 2016) çocukların erken yaşlarda yazı farkındalığı-dikkat-görsel algı becerilerini geliştirmelerini, kelime hazinelerini genişletmelerini, dinleme, konuşma, anlama, anlatma gibi dil becerilerini aktif bir şekilde kullanmalarını desteklemektedir (Isbell, Sobol, Lindauer ve Lowrance, 2004; Saracho, 2017; Snell, Hindman ve Wasik, 2015). Bu çerçevede özellikle ilkökul döneminde çocukların çocuk edebiyatı ürünleriyle tanıştırılması hususunda sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı ürünlerini tanımalarının, bu edebiyat ürünleri ve çocukların gelişimi üzerindeki etkisi hakkında bilgi sahibi olmalarının, çocuk edebiyatına yönelik zihinsel imgelerinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu imgeleri belirlemenin bir yolu da konuyla ilgili bireylerin ürettikleri metaforların ortaya çıkarılmasıdır. Çünkü metaforlar günlük konuşmalarımızda anlama ve anlatmayı kolaylaştıran, sanat ürünlerinde söze estetik değer katan, eğitim-öğretimde ise kalıcı öğrenmelere zemin oluşturan çok çeşitli ve çok yönlü anlatım öğeleridir (Demir ve Karakaş-Yıldırım, 2019, 1094). Sınıf öğretmeni adaylarının lisans yıllarında çocuk edebiyatı dersini aldıkları süreçte çocuk edebiyatı ürünleri ve bu ürünlere yönelik sahip oldukları algı ve düşüncelerin; öğretmenlik yaptıkları zaman diliminde -özellikle çocuklarda okuma kültürünün geliştiği kritik zamanlar olan ilkökul yıllarında- çocuk edebiyatı ürünlerine yönelik tutum ve davranışlarına yön verebileceği söylenebilir. Bu doğrultuda ilkökul öğrencilerinin hem akademik hem de sosyal yaşamları için önemli bir rol üstlenen sınıf öğretmenlerinin, öğrencilerin okuma alışkanlığı ve sevgilerini etkileyebileceği ifade edilebilir.

Alanyazın incelendiğinde çocuk edebiyatı ile ilgili çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Bağcı-Ayrancı ve Aytaş, 2017; Ulusoy ve Altun, 2018; Hasırcı, 2017; Aytaş, 2003; Özer ve Türel, 2015). Bu çalışmalarda Hasırcı (2017), Türkçe öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatına ilişkin algılarını; Ulusoy ve Altun (2018), okul öncesi öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı ve resimli çocuk kitaplarına yönelik düşüncelerin metaforlar aracılığıyla incelemiştir. Bağcı-Ayrancı ve Aytaş (2017), okul öncesi öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatına yönelik görüşlerini çocuk edebiyatının eğitimde işlevselliği bakımından ortaya koymuş; Özer ve Türel (2015) ise bilişim teknolojileri öğretmeni adaylarının e-kitap kavramına yönelik algılarını metaforlar aracılığıyla belirlemiştir. Bunların dışında alanyazında ilkökul öğrencilerinin okuma kültürü edinimleri ve dil gelişimlerini desteklemede önemli bir yere sahip olan çocuk edebiyatına yönelik algıları sınıf öğretmeni adaylarının metaforları ile ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysa son yirmi yıldır matematik, fen bilgisi ve sosyal bilgiler gibi derslerde bile başlıca eğitim araçları arasında yer alan çocuk edebiyatı ve bu edebiyatın ürünlerine yönelik sınıf öğretmenlerinin düşüncelerinin metaforlar yoluyla belirlenmesine de ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü metaforlar, birbirine benzemeyen iki farklı olgu arasında ilişki kurarak, benzetmeler yoluyla bireyin algılama, kavrayış, düşünüş biçimlerinin anlaşılmasına yarayan dil ve bilişsel araçlardır (Lakoff & Johnson 2003). Bireyler bu araçlara karmaşık ve teorik olguları anlama ve açıklamada da başvurabilirler (Saban, 2008). Bu sebeple metaforlar, birçok çalışmada öğretmenlerin, öğretmen adaylarının felsefe, edebiyat, dil, eğitim gibi alanlardaki ve bu alanların alt özel konularındaki algılarını, kavrayışlarını belirlemede araç olarak kullanılmıştır (Eskimen, 2019; Özkan, 2016; Tiryaki ve Demir 2016). Ancak yukarıda da belirtildiği üzere içerik alanı olarak çocuk edebiyatı ürünlerine yönelik metaforik çalışmalar kısıtlıdır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen bu çalışmada sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatına yönelik zihinsel imgelerinin/metaforlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde aşağıda belirtilen alt problemlere yanıt aranmıştır:

1. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatına yönelik metaforları nelerdir?

2. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk şiirlerine yönelik metaforları nelerdir?
3. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk hikâye kitaplarına yönelik metaforları nelerdir?

1. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması ve veri analizine yer verilmiştir.

1.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik (olgubilim) desenle gerçekleştirilmiştir. Fenomenolojik araştırmalar, birden çok kişinin bir fenomen ya da kavramla ilgili yaşanmış deneyimlerinin ortak anlamını keşfetmeyi amaçlamaktadır (Creswell, 2020). Bu araştırmalar farkında olmamıza rağmen derinlemesine bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bu olgular ise bireylerin yaşadığı dünyadaki algılar, olaylar, deneyimler, kavramlar olmak üzere çeşitli şekillerde karşısına çıkabilmektedir. Yıldırım ve Şimşek'e (2016) göre fenomenolojik çalışmalar, temelde olgular ya da fenomenler aracılığıyla bireylerde oluşan anlayışların temel anlamlarını ortaya koymayı ve bunları açıklamayı amaçlamaktadır. Bu araştırmada ele alınan olgu ise, genelde sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatına; özelde ise ilkökulda çocuk şiirlerinin ve hikâye kitaplarına yükledikleri anlamlardır. Bu araştırma için Sakarya Üniversitesi Eğitim Araştırmaları ve Yayın Etik Kurulu'ndan 14.04.2022-123993 tarih ve sayılı etik kurul izni alınmıştır.

1.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın örnekleme ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Katılımcıların "Sınıf öğretmeni adaylarının sınıf öğretmenliği lisans programı'nda seçmeli ders olarak okutulmakta olan çocuk edebiyatı dersini almış olmaları" durumu ölçüt olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında bu şekilde bir ölçütün belirlenmesinin ve bu ölçüte uygun olan bireylerle çalışılmasının nedeni; fenomenolojik araştırmalarda araştırmanın odaklandığı olguyu, fenomeni ya da araştırılan gerçekliği yaşayan olgu ile daha önce tanışmış; ona yönelik deneyime sahip olan ve tüm bunları dışı vurabilecek birey ya da gruplardan bilgi toplanıyor olmasıdır (Wilson, 2015; Creswell, 2020). Çalışma, 2021-2022 Eğitim-Öğretim yılı güz yarıyılında Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Lisans Programı 2, 3 ve 4. sınıf düzeylerinde öğrenim görmekte olup Çocuk Edebiyatı lisans dersini almış olan toplam 51 sınıf öğretmeni adayı ile gerçekleştirilmiştir. Sınıf Öğretmenliği Lisans Programı I. yarıyılında seçmeli ders olmaması ve öğrencilerin Çocuk Edebiyatı lisans dersini almamış olmalarından dolayı çalışma kapsamında 1. sınıf düzeyinde öğretmen adayı yer almamaktadır. Çalışma grubunda yer alan katılımcılar, etik ilkeler göz önünde bulundurularak K1, K2, K3..., K51 olarak kodlanmıştır. Bulgular bölümünde yapılan doğrudan alıntılar bu kodlamalar kullanılarak gösterilmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 1'de çalışma grubunda yer alan sınıf öğretmeni adaylarının demografik bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 1. Çalışma Grubunda Yer Alan Sınıf Öğretmeni Adaylarına İlişkin Demografik Bilgiler

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	46
	Erkek	5
Sınıf Düzeyi	2.sınıf	4
	3.sınıf	27
	4.sınıf	20

Tablo 1'de çalışma grubunda yer alan sınıf öğretmeni adaylarına ilişkin demografik bilgilere yer verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde katılımcı sınıf öğretmeni adaylarının cinsiyetinin %90'ının kadın, %10'unun ise erkek olduğu görülmektedir. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf öğretmenliği Lisans Programı öğrenci sayıları cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde bu dağılımın kabul edilebilir olduğu ifade edilebilir (YÖK Lisans Atlası, 2019;

2020; 2021). Sınıf düzeyi değişkenine göre incelendiğinde ise öğretmen adayları içerisinde en az 2. sınıf düzeyinde (%8); en fazla ise 3. sınıf düzeyinde katılımının yer aldığı görülmektedir (%53)

1.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan bir form kullanılmıştır. "*Sınıf Öğretmeni Adaylarının Çocuk Edebiyatına İlişkin Algıları Formu*" olarak adlandırılan bu formun ilk bölümünde katılımcıların cinsiyet ve sınıf düzeyi bilgilerine yönelik demografik bilgiler; ikinci bölümünde ise "*İlkokulda çocuk edebiyatı.....'ya benzer, Çünkü.....; İlkokulda çocuk şiirleri.....'ya benzer, Çünkü.....; İlkokulda çocuk hikâye kitapları.....'ya benzer, Çünkü.....*" ifadeleri yer almaktadır.

1.4. Verilerin Toplanması

Araştırmanın veri toplama sürecine başlamadan önce Word programı aracılığıyla araştırmanın amacını açıklayan, gönüllü katılım onayı ile demografik bilgileri içeren ve "*İlkokulda çocuk edebiyatı.....'ya benzer, çünkü.....; ilkokulda çocuk şiirleri.....'ya benzer, çünkü.....; ilkokulda çocuk hikâye kitapları.....'ya benzer, çünkü.....*" ifadelerinin yer aldığı yazılı bir form oluşturulmuştur. Bu form, Sınıf Öğretmenliği Lisans Programı'nda öğrenim görmekte olan ve Çocuk Edebiyatı dersini almış 2,3,4. sınıf düzeyindeki öğretmen adaylarına yüz yüze ortamda dağıtılmıştır. Öğretmen adaylarına 3 farklı metaforu üretebilmeleri için kendi rızaları ile formu teslim ettikleri an'a kadar süre verilmiştir. Verilerin toplanmasının ardından her form K1, K2, K3...K51 olmak üzere kodlanmıştır. Bunun ardından her öğretmen adayının çocuk edebiyatı, çocuk şiiri ve çocuk hikâye kitabı kavramlarına yönelik formda oluşturmuş olduğu metaforlar ve nedeni kesilerek farklı katılımcıların aynı kavramlara yönelik metafor ve nedenleri bir araya getirilmiştir.

1.5. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizindeki temel amaç, veri toplama sürecinde elde edilen verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Katılımcı sınıf öğretmeni adaylarının genelde ilkokul çocuk edebiyatına özelde ise ilkokulda çocuk şiiri ve hikâye kitaplarına yönelik oluşturmuş oldukları metaforlar, metaforların nedenleri ve bu nedenlerde kastedilmek istenilen derinlemesine anlama ulaşılarak ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve belirli aşamalar göz önünde bulundurularak analiz edilmiştir (Saban, 2008). Bunun ardından kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra örnek metaforlar derlenip tema oluşturma aşamalarına geçilmiştir. Kodlama aşamasında tüm katılımcıların yeterli metafor ürettiği ve metaforları ayrıntılı bir biçimde açıkladıkları belirlenmiştir. Katılımcıların ürettikleri metaforlar bir temaya örnek oluşturmuştur. Ardından yorumlama için örnek metaforlar seçilmiştir. Son olarak üretilen metaforlar konusu, kaynağı, konu-kaynak ilişkileri bakımından değerlendirilerek temalar elde edilmiştir. Eksik veri bulunmadığından değerlendirme sürecine öğretmen adaylarının üretmiş olduğu bütün metaforlar dâhil edilmiştir. Öğretmen adaylarının ürettikleri metaforlara ilişkin oluşturulan kodlar, ilkokulda çocuk edebiyatı kapsamında "*Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan*", "*Çocuklar İçin Faydalı Olan*", "*Çocuklar İçin Gerekli Olan*" ve "*Çocuğu Yansıtan*" olmak üzere 4 temel tema; ilkokulda çocuk şiiri kapsamında "*Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan*", "*Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler*" ve "*Çocuğun Kendini Bulduğu Yer*" olmak üzere 3 temel tema ve ilkokulda çocuk hikâye kitapları kapsamında "*Sınırları Olmayan Bir Dünya*", "*Çocuğa Katkı Sunan*", "*Başlangıç-Temel-Gereklilik*", "*Hayattan İzler Taşıyan ve Hayatı Anlatan*" ve "*Bütünün Parçaları*" olmak üzere 5 temel tema altında toplanmıştır. Sınıf öğretmeni adaylarının ürettikleri metaforlar ve metaforları açıklamaya yönelik gerekçe ifadeleri, bu temaların oluşmasını sağlamış ve ifadeler bulgular bölümünde doğrudan alıntılarla betimsel bir biçimde sunulmuştur. Böylece araştırmanın güvenilirliğinin artırılması amaçlanmıştır. Bununla birlikte sınıf öğretmeni adaylarının oluşturdukları metaforlar, nedenleri göz önünde bulundurularak araştırmacı ve bir

sınıf eğitimi alan uzmanı tarafından temaların altına birbirlerinden bağımsız bir şekilde analiz edilerek yerleştirilmiştir. Gerçekleştirilen iki analiz sonucunda Miles ve Huberman (1994) tarafından oluşturulan “Güvenilirlik=Görüş Birliği/(Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı)” formülü uygulanmıştır. Araştırmacılar arasındaki uyumun %87 olduğu görülmüştür. Miles ve Huberman’a (1994) göre güvenilirlik düzeyinin %70 ve üzeri olması gerekmektedir. Çalışmadan elde edilen güvenilirlik değeri (%87), kritik değer (%70) ile karşılaştırıldığında; bu araştırmadan elde edilen sonuçların güvenilir olduğu kabul edilmiştir. Görüş ayrılıklarının olduğu metaforlar, araştırmacı ve sınıf eğitimi alan uzmanı ile birlikte gerçekleştirilen yüz yüze toplantılar aracılığıyla yeniden değerlendirilmiştir. Bu toplantılarda araştırmacı ve alan uzmanı ile birlikte fikir ayrılıkları tartışılmış ve ilgili kod araştırmacı ve alan uzmanının da üzerinde hemfikir olduğu tema kapsamına alınmıştır.

2. Bulgular

Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökul çocuk edebiyatı kavramına yönelik oluşturdukları metaforlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatı kavramına yönelik oluşturdukları metaforlar

Tema	Metaforlar	f	%
Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan	Rüya, sihirli bir dünya, gökyüzü, ağaç, deniz, gökkuşağı, müzik, yelpaze, sonsuz bir evren, deniz, hayal, çiçek bahçesi, bulut, gizli bir sandık, ilkbahar, hayat, karışık çerez, hikâye kitapları, gökkuşağı, farklı bir dünya, akarsu, deniz, okyanus, gökkuşağı, bayram, çiçek, lunapark, merdiven, ayna	29	57
Çocuklar İçin Faydalı Olan	Güneş, Tablo, fantastik roman, eğitici oyun, ceviz, oyun parkı, şeker, pencere, tost makinesi, pusula, ağaç, güneş ışığı, okul, vitamin almak, ışık, anahtar, sihirli değnek, kuzey yıldızı	18	35
Çocuklar İçin Gerekli Olan	Tarihi eser, tren rayları, yemek, su	4	8

Tablo 2’de sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatına yönelik oluşturdukları metaforlar, bu metaforların frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatına yönelik oluşturdukları metaforlar “Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan”, “Çocuklar İçin Faydalı Olan” ve “Çocuklar İçin Gerekli Olan” olmak üzere 3 temel tema altında toplanmıştır. Bu temalara ilişkin frekans değerleri incelendiğinde sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatını en çok “Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan” bir niteliğe sahip olarak algıladıkları görülmektedir (f:29; %57). Elde edilen bu sonucun çocuk edebiyatı lisans dersini almış olan sınıf öğretmeni adaylarının farklı çocuk edebiyatı ürünlerini tanımış ve bunlara yönelik farkındalık kazanmış olmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Bunun yanı sıra öğretmen adaylarının %35’i (f:18) ilkökulda çocuk edebiyatını “Çocuklar İçin Faydalı Olan” ve %8’inin ise (f:4) “Çocuklar İçin Gerekli Olan” temaları kapsamında değerlendirdikleri görülmektedir. Buradan yola çıkarak öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı ürünlerinin ilkökul çocukları için faydalı ve gerekli olduğuna yönelik bir kanaate ve bu edebiyat ürünlerinin çocuğa dair içerikler barındırdığına yönelik bir düşünceye sahip oldukları söylenebilir. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk edebiyatı kavramına yönelik oluşturdukları metaforlara yönelik doğrudan alıntı örnekleri aşağıda verilmiştir.

“Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan” Teması

Akarsu: “Sürekli kendini yeniler.” K2

Deniz: “Çok geniş alana hitap eder.” K7

Okyanus: “Okyanus ucu bucağı olmayan devasa bir oluşumdur. İlkokul çocuk edebiyatında da sayısız eser mevcuttur. Fakat çocukların faydasına olan eserleri bulmak bizim görevimizdir. Okyanusta kötü ve çirkin şeyler olduğu gibi çocuk edebiyatında da yanlış yazılmış çocuk seviyesine uymayan kitaplar vardır.” K9

Gökkuşağı: “Her renkten biraz vardır. Çocukları heyecanlandırır ve ilgilerini çeker.” K23

Lunapark: “İçerisinde rengarenk maceralar barındırır.” K11

Merdiven: “Bu merdiven gökyüzüne uzanan bir merdivendir. Her basamakta etrafa daha farklı görüyor, farklı detayların içerisinde kendini buluyorsun. Merdivenin sonuna varınca dünyayı daha geniş açıyla görüyorsun. Demem o ki hayata farklı bakış açıları kazandırmada çocuk edebiyatı birebir.” K24

Hayal: “İçeriği sonsuz ve ümit vericidir.” K17

Gizli bir sandık: “İçine girip ayrıntılı anlayınca gizli ve güzel olan bilgiler öğrenilir ve hayat boyunca kullanılır.” K45

Sonsuz bir evren: “Ucu bucağı yoktur.” K1

Ağaç: “Birçok dal ile çocuklara kendilerini ifade edecekleri başka kapılar açar.” K13

Ayna: “Çocuklar edebiyatın içinde kendine yakın gelen, kendinden olan şeyler bulurlar.” K18

“Çocuklar İçin Faydalı Olan” Teması

Vitamin almak: “Çocuk edebiyatının ilkökul eğitiminde çok büyük katkısı vardır.” K3

Anahtar: “Hayata bakış açımızı yönlendirirken anahtar gibi zihnimizi karakterimizi açar.” K36

Kuzey yıldızı: “Çocuklara yön verir.” K49

Tablo: “Çocuk edebiyatı sayesinde çocukların hayatı renklenir.” K51

Ceviz: “Ceviz nasıl beyne iyi geliyorsa çocuk edebiyatı da öğrencilerin zihnini açar.” K26

Oyun Parkı: “Çocukların özgür olduğu hayal güçlerini kullandıkları bir alan yaratır.” K38

Pencere: “Hayata başka açıdan bakmayı öğretir.” K30

Pusulula: “Çocuğun edebî eserlerle kendi yolunu bulmasını sağlar.” K29

Tost makinesi: “Çocuklar burada düşünmeyi ve sorgulamayı öğrenir. Kimi zaman burada beyinleri de yanabilir.” K47

Okul: “Bize her şeyi öğretir.” K19

“Çocuklar İçin Gerekli Olan” Teması

Su: “Yolunu bulduğunda akar gider ve ruhun yaşamı için elzendir.” K12

Yemek: “Yemek yemek gibi her sınıf öğretmenini adayının alması gereken zorunlu bir derstir.” K15

Tarihi eser: “Çok kıymetli ve zamanla değerlenir.” K28

Tren rayları: “Temel ne kadar sağlam olursa devamı o kadar düzgün gelir.” K39

Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökul çocuk edebiyatının fayda boyutuna giren metaforlarla çocuk edebiyatı ürünlerinin eğitsel yararına atıf yaptıkları düşünülebilir. Bu beklenen bir durumdur. Çünkü aday öğretmenler, henüz eğitim sürecindedirler. Eğitimin ve eğitsel araçların yarar değeri, algılayanın algısı, yani öğretmen adaylarının o kavramlara yönelik tasavvurları olarak metaforlarına yansımaktadır, denilebilir.

Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan teması incelendiğinde öğretmen adaylarının bu ürünlerin eğitsel bakımdan hoşluk, yararlılık değerine vurgu yaptıkları düşünülebilir. Örneğin “Deniz, ‘Çok geniş alana hitap eder.’ K7, ‘Hayal, ‘İçeriği sonsuz ve ümit vericidir. K17’ vb.” metaforları üreten adayların çocuk edebiyatının birden fazla disiplin alanına hitap edebileceğine vurgu yaptığı ve olumlu bir bakış açısına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Aday öğretmenlerin içinde bilime yönelik “bilimsel hikâye” gibi çocuk edebiyatı ürünleriyle öğrenim aşamasında eğitsel araç olarak tanıştıkları dikkate alınacak olursa, bu ürünlerin çok geniş kullanım alanları olduğuna dair kuvvetli bir inanç oluşturdukları söylenebilir. Çocuk edebiyatı ürünleri eğitsel bakımdan değer aşılama görevi de görür. Olumlu, iyi, doğru ve güzel olarak nitelenebilecek davranış, düşünce veya duygu örneklerini bu ürünlerde bulmak mümkündür. Öğretmen Adaylarının da henüz öğrencilik aşamasında çocuk edebiyatına yönelik olumlu ve içerik boyutunu yansıtan metaforlar ürettikleri belirlenmiştir. Adayların çocuk edebiyatı konusunda olumlu inançlara sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 3. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk şiirleri kavramına yönelik oluşturdukları metaforlar

Tema	Metaforlar	f	%
Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan	Anne, sokakta oyun oynayan çocuk, güzel bir şarkı, ağaç, ruhun ilk gıdası, güneş, çocuk şarkıları, müzik dinlemek, yiyecek, güneş, nar taneleri, oyun, renkler, çiçek, rüzgâr gülü, soba, mutluluk, hayata neşe katmak, ritim tutmak, şelale, şarkı, oyun oynamak, güneşli bir gün, çizgi film, ay, deniz manzarası, lunapark, kâse, gümüşlükteki bardak	29	58
Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler	Çocuk, anne, kuşlar, renkler, tutku, ağaç, bilgisayar, akrostiş, güneş, sınırsız olmak, gökkuşağı, şarkı, kısa ağaçlar, şenlik, parlayan yıldız	15	30
Çocuğun Kendini Bulduğu Yer	Aşk, tiyatro sahnesi, meşale, eski bir şarkıyı dinlemek, taş üstüne nakış işlemek, haber	6	12

Tablo 3'te sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk şiirlerine yönelik oluşturdukları metaforlar, bu metaforların frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk şiirlerine yönelik oluşturdukları metaforlar "*Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan*", "*Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler*" ve "*Çocuğun Kendini Bulduğu Yer*" olmak üzere 3 temel tema altında toplanmıştır. Bu temalara ilişkin frekans değerleri incelendiğinde sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk şiirlerini en çok "*Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan*" bir niteliğe sahip olarak algıladıkları görülmektedir (f:29; %58). Elde edilen bu sonuca göre sınıf öğretmeni adaylarının çocuk şiirlerini ilkökul çocuklarının gelişimleri bakımından yararlı edebiyat ürünleri olarak gördükleri söylenebilir. Bunun yanı sıra öğretmen adaylarının %30'u (f:15) ilkökulda çocuk şiirlerini "*Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler*"; %12'sinin ise (f:6) "*Çocuğun Kendini Bulduğu Yer*" temaları kapsamında değerlendirdikleri görülmektedir. Öğretmen adaylarının oluşturmuş oldukları metaforlar ve bu metaforlar doğrultusunda meydana gelen "*Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler*" ve "*Çocuğun Kendini Bulduğu Yer*" temaları doğrultusunda çocuk edebiyatı ürünleri kapsamında yer alan çocuk şiirlerinin kendine has bir ruhu ve özellikleri olduğu ayrıca bu ürünlerin çocukların kendilerini bulabileceği, onlardan izler taşıyan eserler olduğu ifade edilebilir. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk şiirleri kavramına yönelik oluşturdukları metaforlara yönelik doğrudan alıntı örnekleri aşağıda verilmiştir.

"Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan" Teması

- Şelale: "Şelale izler gibi okudukça rahatlatır." K44
Ağaç: "Çocuğun ruhunda ve zihninde kök salarak silinmeyecek izler oluşturur." K31
Ruhun ilk gıdası: "Melodisi ile çocuklara ilk besini sağlar." K4
Yiyecek: "Çocuğun ruhunu besler." K35
Güneş: "Güneş nasıl insanları fiziksel yönden etkiliyorsa şiir de ruhsal yönden etkilemektedir." K22
Nar taneleri: "Nar tanelerinin görüntüsü kadar insanları mutlu eder." K6
Oyun: "Çocukları okurken eğlendirir." K33
Çiçek: "Çiçekler insana nasıl huzur veriyorsa çocuk şiirleri de çocuklara huzur verir, hoşuna gider." K38
Soba: "Yeteri kadar harlandığında insanın içini ısıtır." K18
Anne: "Aklımızı geliştirir." K1
Şarkı: "Hepsinin ayrı bir melodisi vardır. Ruhu aydınlatır." K11
Ritim tutmak: "Basit görünür ama eğlendirir." K27

"Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler" Teması

- Çocuk: "Çocuk kadar saf ve temiz duyguları apaçıktır." K28
Bilgisayar: "İçinde birçok bilgiyi, duyguyu veya eylemi barındırabiliyor." K47
Tutku: "Coşkulu, heyecanlıdır." K50
Renkler: "Çok çeşitli ve her tonunda ayrı ahenk yatar." K51
Anne: "Çocuğun kalbine de bedenine de işler." K15

“Çocuğun Kendini Bulduğu Yer” Teması

- Taş Üstüne Nakış İşlemek: “Çocukların içindeki inceliklerin ortaya çıkmasını sağlar.” K25
Meşale: “Okuyucuda karanlık kalmış kısımların aydınlanarak ortaya çıkmasını sağlar.” K8
Tiyatro sahnesi: “Çocukların duyguları ile karşılaştıkları, kendi iç dünyaları ile yüzleştikleri yerdir.” K29
Eski bir şarkıyı dinlemek: “Onları okurken geçmişimize dönüp hatıralarımızla buluşuruz.” K24

Tablo 4. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk hikâye kitapları kavramına yönelik oluşturdukları metaforlar

Tema	Metaforlar	f	%
Sınırları Olmayan Bir Dünya	Farklı bir gezegen, fuar, kalem, hayal, lunapark, araba, oyun, uçsuz bucaksız bir orman, deniz, sıcaktan bunalmışken göl görmek, farklı bir diyar, diyar, deniz, rüya, sinema, rüya, kefeli terazi	17	33
Çocuğa Katkı Sunan	Okul penceresi, lunapark, oyun oynamak, oyun, öğretmen, çizgi film, kibrit kutusu, dost, besin, manzara, hayal dünyasına dalmak, ilaç, yeni doğan güneş, oyuncak, görsel bir şölen, oyun parkı, çizgi film, heyecanla zıplayan tavşan, çizgi film	19	37
Başlangıç-Temel-Gereklilik	Hava, temeli sağlam bina, merdiven, deftere atılan ilk çizgi, çikolata, anne sütü	6	12
Hayattan İzler Taşıyan ve Hayatı Anlatan	Çizgi film, hayat, uzun bir roman, hayat, televizyon, anı	6	12
Bütünün Parçaları	Minyatür, okyanustaki kum taneleri, rüzgâr	3	6

Tablo 4’te sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk hikâye kitaplarına yönelik oluşturdukları metaforlar, bu metaforların frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk hikâye kitaplarına yönelik oluşturdukları metaforlar “Sınırları Olmayan Bir Dünya”, “Çocuğa Katkı Sunan”, “Başlangıç-Temel-Gereklilik”, “Hayattan İzler Taşıyan ve Hayatı Anlatan” ve “Bütünün Parçaları” olmak üzere 5 temel tema altında toplanmıştır. Bu temalara ilişkin frekans değerleri incelendiğinde sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk hikâye kitaplarını en çok “Sınırları Olmayan Bir Dünya” olarak nitelendirdikleri görülmektedir. (f:17; %33). Elde edilen bu sonucun ilkökuldaki çocuk hikâye kitaplarının konu bakımından herhangi bir sınırlılığının olmamakla birlikte çocukların hayal dünyalarına hitap eden ve hayal kurmalarını destekleyen bir içeriğe sahip olmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Bunun yanı sıra öğretmen adaylarının %37’si (f:19) ilkökulda çocuk hikâye kitaplarını “Çocuğa Katkı Sunan”, %12’si (f:6) “Başlangıç-Temel-Gereklilik” ve “Hayattan İzler Taşıyan ve Hayatı Anlatan”, %6’sının ise (f:3) “Bütünün Parçaları” temaları altında değerlendirdikleri görülmektedir. Öğretmen adaylarının ürettikleri metaforlar ve metaforlar doğrultusunda oluşturulan temalar çerçevesinde ilkökuldaki çocuk hikâye kitaplarının ilkökul çocuklarına çeşitli açılardan katkı sunduğu, çocuklar için gerekli ve temel ürünler olduğu aynı zamanda bu edebiyat ürünlerinin gündelik yaşamdan da izler taşıyarak hayatı konu alan eserler olduğu söylenebilir. Sınıf öğretmeni adaylarının ilkökulda çocuk hikâye kitapları kavramına yönelik oluşturdukları metaforlara ilişkin doğrudan alıntı örnekleri aşağıda verilmiştir.

“Sınırları Olmayan Bir Dünya” Teması

- Deniz: “Uçsuz bucaksızdır ve ilgi çekicidir. Denizin sonu gibi hikâyenin sonunu merak ederiz.” K37
Farklı bir gezegen: “Çocuklar hikâyelerde hayal güçlerini kullanarak kendilerine fantastik bir alan yaratırlar.” K26
Kalem: “Sınırsız hayal gücünü yalnızca kalem açığa çıkarabilir.” K35
Araba: “Çocuk farklı diyarlara, yerlere hikâyeler ile gider.” K39
Uçsuz bucaksız bir orman: “Kitaba daldığında seni neyi beklediğini bilmediğin bir gizemin içine dalarsın.” K48

“Çocuğa Katkı Sunan” Teması

- İlaç: “Çocuklar hikâyelerle sağlıklı bir birey olup topluma karışır.” K33
Kibrit kutusu: “Her hikâye kitabı okuyucu da bir kıvılcımın yanmasını sağlayarak bir tesir oluşturacaktır.” K22
Öğretmen: “Öğreticilik düzeyi oldukça yüksektir.” K35
Çizgi film: “Psiko-sosyal gelişimde bilinç altını harekete geçirir.” K14
Dost: “Çocuğun gelişimini destekleyen kitaplardır.” K25
Besin: “Çocukların ruhunu ve aklını doyurur.” K38

“Başlangıç-Temel-Gereklilik” Teması

- Deftere atılan ilk çizgi: “Okumaya ilk bu kitaplardan başlanır. Bu kitaplar okumanın temelini attırır.” K3
Merdiven: “Çocuklar bu hikâye kitapları ile hayata adım adım çıkarlar.” K15
Temeli sağlam bina: “Hikâye kitapları çocuklar için her şeyin başlangıcıdır ve sağlam temele dayanır.” K44
Hava: “Hava, insan yaşamının önemli bir öğesidir. Havasız yaşam olmayacağı gibi çocukları zihnen hayata hazırlayacak bazı şeylere ihtiyaç vardır. Hikâyeler öğreticilik düzeyi olarak çocuklara hitap ederek onların öğrenmesini sağladığı için hava kadar önemlidir.” K6
Anne sütü: “Bebekler için anne sütü ilk 6 ay ne kadar gerekliyse ilkokul çağındaki çocuklar için de resimli hikâye kitapları o derece önemlidir. Çocuğun gelişimine katkısı çok büyüktür.” K8

“Hayattan İzler Taşıyan ve Hayatı Anlatan” Teması

- Hayat: “Ne kadar içeriğinde olağanüstülük olsa da bir yanı ile gerçekçidir.” K36
Uzun bir roman: “Bize her şeyi anlatır.” K12
Hayat: “Çocuklara hayatın içinden öğretiler anlatır.” K13

“Bütünün Parçaları” Teması

- Rüzgâr: “Edebiyatın her alanı birbiri ile bağ içerisindedir. Gökyüzü çocuk edebiyatı ise özele indirgendikçe de bu edebiyatın parçaları olur.” K29
Okyanustaki kum taneleri: “Birbirinden ayrı görünseler de bütünün farklı bakış açlarına sahip parçalarıdır.” K10
Minyatür: “Daha çok resimli ve küçüklere hitap eden edebiyat ürünleridir.” K41

Tartışma ve Sonuç

Öğrenme ve öğretimin temel araçları dille ilgili materyallerdir. Bu materyallerin başında şiir, öykü, masal, tekerleme gibi çocuk edebiyatı ürünlerinin geldiği bilinmektedir. Çocuk edebiyatı ve bu edebiyata ait ürünler, küçük yaşlardan itibaren insanoğlunun dünyasını şekillendiren başlıca araçlar arasındadır. Okuma yazmanın öğrenilmesiyle beraber dile yönelik bilgi ve becerilerin geliştirilmesi amacıyla çocuk edebiyatı ürünlerine sıkça başvurulmaktadır. Öğretmenler de bu araçları, derslerdeki amaçlı eylemlerinde kullanabilmektedir. Öğretmen adayları ise çocuk edebiyatı ve ürünlerine yönelik kapsamlı bir dersi üniversite yıllarında okurlar. Üniversite yıllarında alınan çocuk edebiyatı dersleriyle beraber öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı ve bu edebiyatın başlıca ürünlerine yönelik kavramlarının da hedefler doğrultusunda şekillenmesi ve farkındalıklarının artması beklenebilir. Öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı ve bu edebiyatın ürünlerine yönelik metaforik anlatımlarının gelecekteki öğretmenlik yaşantılarındaki tutumlarını da etkileyebileceği düşünülebilir.

Eğitim fakültesi sınıf öğretmenliği bölümünde okuyan öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı, şiirleri ve hikâyeleri kavramlarına dair metaforlarını belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmanın sonucunda öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı kavramına yönelik metaforlarının en fazla “Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan, Çocuklar İçin Faydalı Olan, Çocuklar İçin Gerekli Olan, Çocuğu Yansıtan” özellikleri olan bir araç kategorilerinde toplandığı belirlenmiştir. Öğretmen adayları, çocuk edebiyatı kavramını daha çok içerik ve

fayda boyutlarıyla algılama eğilimindedirler. Çocuk edebiyatı kavramının gereklilik ve çocuğu yansıtan bir araç olma özelliği ise az sayıda öğretmen adayının metaforlarında yer almıştır. Bu sonuçlara dayalı olarak sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı kavramını daha çok çocuklar için faydalı olan ve geliştirici birer araç olarak görme eğilimlerinin öne çıktığı söylenebilir. Bu görüşün çocuk edebiyatının çocukların erken yaşlarda yazı farkındalığı-dikkat-görsel algı becerilerini geliştirmelerini, kelime hazinelerini genişletmelerini, dinleme, konuşma, anlama ve anlatma gibi dil becerilerini aktif bir şekilde kullanmalarını desteklediği (Isbell, Sobol, Lindauer ve Lowrance, 2004; Saracho, 2017; Snell, Hindman ve Wasik, 2015) yönündeki alanyazın görüşleriyle örtüştüğü anlaşılmaktadır. Öğretmen adaylarının lisansta aldıkları çocuk edebiyatı dersinin içerik bilgisine de bağlı kalarak çocuk edebiyatını daha çok çocuklar için faydalı, zenginlik ve farklılık sunan içeriğe sahip bir araç olarak görme eğiliminde oldukları söylenebilir. Öğretmen adaylarının bu inançlarının gelecekteki öğrenme-öğretme yaşantılarını da olumlu yönde etkilemesi ve derslerinde çocuk edebiyatı ürünlerini bilinçli olarak kullanmalarına yol açması beklenebilir.

Sınıf öğretmeni adayları çocuk şiirlerini ise “Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan, Çocuk Şiirinin Ruhunu Yansıtan Genel Özellikler, Çocuğun Kendini Bulduğu Yer” olarak algılama eğilimindedirler. Sınıf öğretmeni adaylarının çocuk hikâye kitapları kavramına yönelik metaforları ise “Sınırları Olmayan Bir Dünya, Çocuğa Katkı Sunan, Başlangıç-Temel-Gereklilik, Hayattan İzler Taşıyan ve Hayatı Anlatan, Bütünün Parçaları” temaları altında toplanmıştır. Öğretmen adaylarının çocuk şiirleri ve çocuk hikâye kitaplarına yönelik metaforlarında belirtilen “Çocuğun kendini bulduğu yer” ve “Hayattan izler taşıyan ve hayatı anlatan” kategorilerinin çocuk edebiyatının daha çok çocuğun dünyayı tanıma, anlama ve anlamlandırmadaki rolüne vurgu yaptığı söylenebilir. Ulaşılan bu sonuçların çocuk edebiyatının çocukların yaşadıkları çevreyi tanımaları, dış ve iç dünyalarını anlamlandırmalarına yardımcı olduğu (Yılmaz, 2016) şeklindeki alanyazın ile tutarlı olduğu ifade edilebilir. Hasırcı (2017), Türkçe öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı hakkında ürettikleri metaforları irdelediği bir çalışmada “çocuğun yaşamında temel araç olma ve çocuğun gelişiminde etkin rol oynama” kategorilerinin öne çıktığını belirlemiştir. Benzer şekilde Bağcı-Ayrancı ve Aytaş (2017), okulöncesi öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı ürünlerini “eğitim materyali, bilişsel ve sosyal becerileri geliştiren birer araç” olarak görme eğiliminde olduklarına işaret etmişlerdir. Ulusoy ve Altun’un (2018) okulöncesi öğretmen adayları ile yaptıkları bir çalışmada ise hikâye kavramına yönelik metaforların en fazla “sınırsızlık-süreklilik, araç ve hayal” kategorileri altında toplandığı görülmüştür. Bu çalışmada da sınıf öğretmeni adaylarının çocuk hikâye kitaplarına yönelik metaforlarının okulöncesi öğretmen adaylarının metaforları ile benzer olduğu anlaşılmıştır. Ulusoy ve Altun’un (2018) çocuk hikâyelerinin hayal dünyalarının sınırsızlığı ve genişliği bağlamında bireyleri yeni keşiflere yönelten ve olanak sağlayan araçlar olma özelliğinin öğretmenlerin ürettiği metaforlara da yansıdığı görüşünün mevcut araştırmadaki sonuçlarla da desteklendiği söylenebilir. Sınıf öğretmeni adaylarının da okulöncesi öğretmen adayları gibi çocuk edebiyatı kavramını ve çocuk hikâyelerini daha çok çocukların bilişsel ve sosyal gelişimlerine yönelik temel araçlar-içerikler olarak gördüklerinden dolayı, çocuk edebiyatı kavramı için “Çocuklara İçerik Olarak Zenginlik ve Farklılık Sunan, Çocuklar İçin Faydalı Olan” araç, çocuk hikâyeleri ve şiirleri için de “Çocuğa Çeşitli Açılardan Katkı Sağlayan-Yararlı Olan” araç kategorilerinde daha fazla metafor ürettikleri düşünülebilir.

Sonuç olarak bu araştırmada sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı, çocuk şiirleri ve çocuk hikâye kitaplarını bireyin gerek kendini gerek dış dünyayı tanımalarına yardım eden faydalı birer araç olarak görme eğiliminde oldukları anlaşılmıştır. Son yıllarda çocuk edebiyatının kullanım alanlarının çeşitlenmesi, sınıf öğretmeni adaylarının metaforlarında araç niteliğinin ön plana çıkışına da dayanak olarak kabul edilebilir. Matematik ve fen gibi diğer alanların öğretiminde de edebiyat temelli bir eğilim yükselmektedir (Bulut ve Aktaş, 2021; Candaş, Kıryak ve Ünal, 2021; Cutler, Gilkerson, Parrott and Bowne, 2003; Çalık, 2021; Furner, 2017; Furner, 2018; Lynsey and Feng, 2015). Son yirmi ya da otuz yıldır, öğretim

sırasında çocuk ve ergen edebiyatına ait hikâyeler kullanmanın matematikle ilgili düşünceleri anlamlı kılma, öğrencilere matematik kavramlarını öğretme ve kaygıyı azaltmanın etkili bir yolu olarak kabul edilmektedir (Furner, 2018; Thomas and Feng, 2015). Kaliteli çocuk edebiyatı ürünleri, öğrencilerin matematik başarısını artırmak için ilköğretim matematik öğretimine etkili bir şekilde uyarlanabilir (Lynsey and Feng, 2015). Çocuk edebiyatını çocuklar için faydalı, onların gelişimlerine katkıda bulunan birer araç olma niteliğinde gören öğretmen adaylarının bu algılarının çocuk şiirleri ve çocuk hikâye kitaplarına yönelik algılarına da yansıdığı görülmüştür. Sınıf öğretmenliği öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı ve bu edebiyata yönelik başlıca eserleri; bireylerin kendilerini tanıma, yaşadıkları evreni tanıma ve anlama, iç ve dış dünya arasındaki tutarlılığı yapılandırma, hayatın temsili vb. konularda başlıca eğitici araçlar olarak gördükleri söylenebilir.

Çocuklar edebî ürünleri okurken hikâyedeki kahramanlar ile duygudaşlık kurma, olumlu davranış örnekleri görme, bir olayı oluş sırası ile anlatma, olaylara dayalı olarak sıralama ve sınıflama becerileri geliştirme, yeni sözcük ve kavramlar öğrenme, olaylardan ders çıkarma, hayatta karşılaşılabilecek farklı olaylar ve doğurabilecekleri sonuçlar hakkında bilgi edinme gibi birçok alanda bilgi ve beceri kazanırlar. Kültürel ve insani değerleri edinmenin başlıca araçları arasında çocuk edebiyatı ürünleri sayılabilir. Eğitimin kültürleme işlevinde çocuk edebiyatı ürünleri önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla edebiyatın sosyal metafor rolü, çocuk edebiyatı ürünleri için de geçerlidir. Çocuk ve gençlik edebiyatı bir toplumda, o toplumun kültürünü ve üyelerinin dünyayı nasıl algılayıp anladıklarını şekillendirmede önemli bir yer tutmaktadır (Telci ve Çoban, 2017). Derslerde ilgi çekmek, geçmiş öğrenmeleri hatırlatmanın yanı sıra farklı sosyal ve ahlaki dersler veren nitelikleri sebebiyle çocuk edebiyatı ürünleri küçük çocuklara karakter eğitimi amacıyla da kullanılabilir (Tyra, 2012). Yukarıda ifade edildiği gibi sadece dil ve kavram gelişimi açısından değil matematik-fen gibi derslerde kavram öğretimini kolaylaştırması, matematik kaygılarının azalmasına katkı sağlaması, bir toplumun kültürünü gelecek kuşaklara aktarmanın vasıtalarından biri olması, küçük çocuklara karakter eğitimi verme amacıyla kullanılabilmesi vb. sebeplerle sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı, çocuk şiirleri ve çocuk hikâye kitapları kavramlarına yönelik ürettikleri metaforlarda *faydalı araç* kategorisinin öne çıktığı düşünülebilir. Öne çıkan bu metafor kategorilerine dayalı olarak sınıf öğretmenliği eğitimi öğretmen adaylarının düşüncelerinde çocuk edebiyatının ve başlıca ürünleri olan şiir-hikâye kitaplarının eğlendirici yönlerinden çok fayda boyutlarının ağırlık kazandığı söylenebilir. Çocuk edebiyatına yönelik öğretmen algıları da elbette ki dünyadaki eğitimle ilgili değişimlerden etkilenebilmektedir. Son yıllarda bir kısım araştırmaların dil ve dil ürünleri temelinde yapılandırılan bir anlayışa doğru evrildiği de görülmektedir. Örneğin fen bilimleri temelli bilgilendirici bilimsel hikâyeler; öğrencilerin motivasyonunu sağlama, hayal gücünü artırma, bakış açısını geliştirme ve kavram öğrenmelerini desteklemesi bakımından önemli öğrenme araçları olarak nitelendirilmektedir (Candaş, Kıryak ve Ünal, 2021). Çünkü dil ve dil temelli ürünler yaşamı tüm boyutlarıyla yansıttığı gibi, temel disiplinlerin aktarım aracı da dildir. İnsan, dille düşünür ve ifade eder. Bu sebeple eğitimde, farklı disiplinlerin öğretiminde çocuk edebiyatının değeri ve öneminin giderek artabileceği düşünülebilir. Sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatının faydalı araç kategorisine ait yönelik ürettikleri metaforların dilin ve dille ilgili araçların kullanım alanlarının genişlemesine yönelik farkındalığın arttığına da bir işaret olarak yorumlanabilir.

Öneriler

Bu araştırmada sınıf öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatı, çocuk şiirleri ve çocuk hikâye kitaplarına dair metaforları belirlenmiştir. Sınıf öğretmeni adaylarının ürettikleri metaforların, çocuk edebiyatına yönelik kavramlarının son yıllardaki araştırma yazınına paralel bir değişim gösterdiği belirlenmiştir. Çocuk edebiyatının eğitimdeki temel disiplinlerin öğretiminde araç rolünün ağırlık kazandığı bir koşulda, sınıf öğretmenleri ve ebeveynlerin de çocuk edebiyatı ürünlerine yönelik metaforları belirlenebilir. Gelecekteki çalışmalarda, bu araştırmada öne çıkan metafor temalarından biri olan çocuk edebiyatı ürünlerinin

ayda/zenginlik boyutu konusundaki öğretmen görüşleri derinlemesine araştırılabilir. Bu kapsamda matematik, fen bilgisi, hayat bilgisi vb. disiplin alanlarında da çocuk edebiyatı ürünlerinin kullanımına yönelik sınıf öğretmenlerinin metaforlarının ve görüşlerinin belirlenmesi önerilir.

Kaynakça

- Aytaş, G. (2003). Okuma gelişiminde çocuk edebiyatının rolü. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 13, 155-160.
- Bağcı-Ayrancı, B., & Aytaş, G. (2017). Okul öncesi öğretmen adaylarının çocuk edebiyatının eğitimde işlevselliği üzerine görüşleri. *Journal of Human Sciences*, 14(4), 4226-4240.
- Bulut, G. G., & Aktaş, M. (2021). Ortaokul matematik dersinde yazın türlerinin kullanımına ilişkin bir değerlendirme: öğrenci görüşleri regarding the use of literature types in middle school mathematics lesson an assessment: student. *Journal of World of Turks/Zeitschrift für die Welt der Türken*, 13(1).
- Creswell, J. W. (2020). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni, (Çev. Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cutler, K. M., Gilkerson, D., Parrott, S., & Bowne, M. T. (2003). Developing math games based on children's literature. *Young Children*, 58(1), 22-27.
- Çalık, İ. (2021). Dijital hikâyelerle desteklenen bilim uygulamaları dersinin 7. sınıf öğrencilerinin bilimsel tutumlarına etkisi ve bilimin doğasına ilişkin görüşlerinin incelenmesi (Master's thesis, ESOGÜ, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Çer, E. (2014). Edebiyatta çocuk gerçekliği ve çocuğa görelilik ilkelerinin incelenmesi. Yayınlanmamış doktora tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Demir, C., & Yıldırım, Ö. K. (2019). Türkçede metaforlar ve metaforik anlatımlar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(4), 1085-1096.
- Eskimen, A. D. (2019). Lise Öğrencilerinin Edebiyata İlişkin Metaforları. *Journal of Theory & Practice in Education (JTPE)*, 15.
- Furner, J. M. (2017). Helping all students become einstein's using bibliotherapy when teaching mathematics to prepare students for a STEM world. *Pedagogical Research*, 2(1), 01.
- Furner, J. M. (2018). Using children's literature to teach mathematics: An effective vehicle in a STEM world. *European Journal of STEM Education*, 3(3), 14.
- Hasırcı, S. (2017). Türkçe öğretmeni adaylarının çocuk edebiyatına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla analizi. *Journal of International Social Research*, 10(51), 717- 728.
- Huck, C., Kiefer, B., Hepler, S., & Hickman, J. (2004). *Children's literature* (8th Ed.). New York: McGraw-Hill.
- Isbell, R., Sobol, J., Lindauer, L., & Lowrance, A. (2004). The effects of storytelling and storyreading on the oral language complexity and story comprehension of young children. *Early Childhood Education Journal*, 32(3), 157-163.
- Koyuncuoğlu, A. (2021). Çocuk edebiyatının dünya'daki ve türkiye'deki tarihsel gelişimi. *Spor, Eğitim ve Çocuk*, 1(1), 1-16. DOI: 10.5505/sec.2021.25743
- Lakoff, G., & Mark, J. (2003). *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press. [Online]: <http://shu.bg/tadmin/upload/storage/161.pdf>. 08.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

- Leynsey, T. & Feng, J. (2015). Thomas, L., & Feng, J. (2015). Integrating Children's Literature in Elementary Mathematics. the Annual Meeting of the Georgia Educational Research Association, (Savannah, GA, Oct 16-17, 2015). <https://eric.ed.gov/?id=ED560858>
- Lüle, E. (2007). Yedi farklı çocuk kitabının çocuk yazını ilkelerine uygunluğunun değerlendirilmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8(14), 17–30.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded Sourcebook*. (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Özdemir, E. (1983). Anadili Olarak Türkçe Öğretimi. Türk Dili Dergisi Dil Öğretimi Özel Sayısı. S.379-380.
- Özer, S., & Türel, Y. K. (2015). Bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının e-kitap ve etkileşimli e-kitap kavramına ilişkin metaforik algıları. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry, 6(2), 1-23.
- Özkan, E. (2016). Öğretmen adaylarının “konuşma” kavramına ilişkin metaforik algıları.
- Saban, A. (2008). Okula ilişkin metaforlar. Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi, 55(55), 459-496.
- Saracho, O. N. (2017). Parents' shared storybook reading–learning to read. Early Child Development and Care, 187(3-4), 554-567.
- Sever, S. (2003). Çocuk ve edebiyat. Ankara: Kök Yayıncılık.
- Sever, S. (2010). Çocuk ve edebiyat. İzmir: Tudem.
- Sever, S. (2013). Çocuk edebiyatı ve okuma kültürü. İzmir: Tudem.
- Sinar, A. (2006). Türkiye'de çocuk edebiyatı çalışmaları. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, (7), 175-226.
- Snell, E. K., Hindman, A. H., & Wasik, B. A. (2015). How can book reading close the word gap? Five key practices from research. The Reading Teacher, 68(7), 560-571.
- Şirin, M. R. (2007). Çocuk Edebiyatı Kültürü. Ankara: Kök.
- Şirin, M. R. (2016a). Edebiyat ve çocuk edebiyatı, edebiyatın amacı ve işlevi. Türk Dili Dergisi, CX (780), 12, 31.
- Şirin, M. R. (2016b). Çocuk Modernleşmesi ve Çocuk Edebiyatı. Türk Dili, (s 774), 31-40.
- Telci, Ü. A., & Çoban, F. (2017). Examining the contribution of the translations of children's and young adult literature to cultural and universal values education in terms of translator decisions. The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences, 3(1), 37-43.
- Thomas, L., & Feng, J. (2015). Integrating children's literature in elementary Mathematics. Online Submission.
- Tiryaki, E., & Demir, A. (2016). Türkçe öğretmeni adaylarının yazma becerisine yönelik metaforik algıları/Turkish teacher candidates' metaphorical perceptions related to writing skills. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(33), 18-27.
- Tyra, C. (2012). Bringing books to life: Teaching character education through children's literature. Rising Tide, 5(2).
- Ulusoy, M. ve Altun, D. (2018). Okul öncesi öğretmen adaylarının çocuk edebiyatı ve resimli çocuk kitapları ile ilgili metaforları. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 17(67), 1206-1221.
- Wilson, A. (2015). A guide to phenomenological research. Nursing Standard, 29(34), 38-43. <https://doi.org/10.7748/ns.29.34.38.e8821>

- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, O. (2016). A phenomenological study on Turkish language teachers' views on characters in children's books. Journal of Education and Training Studies, 4(3), 194-201.
- YÖK (2019) Lisans Atlası. (<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=108810068> 03.03.2022 tarihinde erişilmiştir).
- YÖK (2020) Lisans Atlası (<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=108810068> 03.03.2022 tarihinde erişilmiştir).
- YÖK (2021). Lisans Atlası. (Web: <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=108810068> 03.03.2022 tarihinde erişilmiştir).
- Yurttaş, H. (1997). Çocuk ve Kitap. Didem Güneri Öztaşbaşı (Edt.). Ana Dili Eğitimi ve Çocuk Kitapları Sempozyumu. Ankara: Ankara Üniversitesi Tömer Dil Eğitim Merkezi.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Sakarya Üniversitesi Eğitim Araştırmaları ve Yayın Etik Kurulu

Tarih: 14.04.2022

No: 06/10

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI


1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



A Study of Organizational Silence from the Viewpoint of Female Students in Male-Dominated Classrooms

Örgütsel Sessizlik Kavramına Erkek Egemen Sınıflardaki Kız Öğrenciler Açısından Bir Bakış

Dr. Öğr.Üyesi Pınar ÖZDEMİR ¹

Abstract

Organizational silence behavior is one of the problems frequently experienced by women working in male-dominated workplaces. Women working in such workplaces prefer to remain silent about the problems that they face or the issues that concern the organization in general for various reasons. The aim of this study is to determine whether the same behavior is experienced by female students in male-dominated classrooms. The study was conducted with 102 students in a male-dominated university. On the evaluation of the survey, it is seen that female students showed behaviors similar to those of male students in all three sub-dimensions of organizational silence, and they were able to express the problems they experienced or observed without worrying about damaging the image of the class, being labeled as troublemakers, or being excluded from the class. It is thought that this study will have a positive contribution to the literature researching not only the relations between female and male students in the classroom but also different aspects of organizational silence. Future research may focus on investigating whether the differences in the behaviors of male and female employees in workplace or their reactions to events are also experienced by male and female students in the educational environment, comparing the behaviors of male and female students in male-dominated classrooms, and identifying differences between generations in this regard.

Keywords: Female students, male-dominated, organizational silence, classroom

Paper Type: Research

Öz

Örgütsel sessizlik davranışı, erkek egemen işyerlerinde çalışan kadınların sıklıkla yaşadığı sorunlardan biridir. Bu tür işyerlerinde çalışan kadınlar çeşitli nedenlerle karşılaştıkları sorunlar veya örgütün genelini ilgilendiren konularda sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Bu araştırmanın amacı, aynı davranışın erkek egemen sınıflardaki kız öğrenciler tarafından da yaşanıp yaşanmadığını belirlemektir. Araştırma erkek egemen bir üniversitede 102 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, kız öğrencilerin örgütsel sessizliğin üç alt boyutunda da erkek öğrencilere yakın davranış gösterdikleri, yaşadıkları ya da gözlemledikleri sorunları sınıfın imajına zarar verme, sorun çıkaran biri olarak etiketlenme ya da sınıftan dışlanma gibi kaygılara kapılmadan dile getirebildikleri tespit edilmiştir. Bu çalışmanın hem erkek egemen bir sınıf ortamında kız ve erkek öğrenciler arasındaki ilişkilerin incelenmesine hem de örgütsel sessizliğin farklı boyutlarını araştıran literatüre olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelecekteki araştırmalar, işyerlerinde kadın ve erkek çalışanların davranışları ya da yaşanan olaylara verdikleri tepki farklılıklarının eğitim ortamında da kız ve erkek öğrenciler arasında yaşanıp yaşanmadığını araştırmaya, erkek egemen sınıflarda kadın ve erkeklerin davranışlarının karşılaştırılmasına ve bu konuda kuşaklar arasındaki farkların tespit edilmesine odaklanabilir.

Anahtar Kelimeler: Kız öğrenciler, erkek egemen, örgütsel sessizlik, sınıf

Makale Türü: Araştırma

¹Piri Reis Üniversitesi, Denizcilik Meslek Yüksekokulu, pozdemir@pirireis.edu.tr

Atf için (to cite): Özdemir, P. (2024). A study of organizational silence from the viewpoint of female students in male-dominated classrooms. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 31-47.

Introduction

Ever since women started working outside the house, they have faced some hardships because this was the beginning of a change in their roles in society, which meant they could assume the roles of men in addition to the ones given to them by nature. This situation caused unease among men, which was triggered by women working outside their houses, and the unease doubled when they started to work in male-dominated jobs. Meanwhile, women have faced a lot of reactions, most of which are caused by the bias against them, and they have responded to these reactions in several ways, ranging from active ones such as the creation of women's solidarity movements, networking, and organizing activities to make their voices heard, to some passive ones such as being patient, keeping silent, and enduring as much as they can. Of these, keeping silent for various reasons in the face of problems is called "organizational silence". This research aims to see if organizational silence, which is a common reaction of women in male-dominated workplaces in the face of problems (Mahrukh, Ayaz and Liaqat, 2019, p.164; Reyes, 2015, p. 901) is also a common reaction of female students in male-dominated classrooms.

Organizational silence is withholding information about potential problems or issues by employees in an organization or industry (Morrison and Miliken, 2000, p. 710). It is a potentially dangerous impediment to organizational change and development and is likely to pose a significant obstacle to the development of truly pluralistic organizations (Morrison and Miliken, 2000, p. 712).

In an organization, there are some dynamics that give rise to organizational silence. They are top management team characteristics, organizational and environmental characteristics, factors affecting employee interaction, implicit managerial belief, organizational structures and policies, managers' fear of negative feedback, and demographic dissimilarities (Bagheri, Zarei and Aeen, 2012, p. 50). Besides, top managers' fear of receiving negative feedback, especially from subordinates, is also an important factor that creates a climate of silence (Morrison and Miliken, 2000, p. 714).

Although silence has been categorized in several ways, the one made by Dyne, Ang and Botero (2003, p. 1365) has been widely adopted. According to this, organizational silence is conceptualized as a multi-dimensional construct and it is classified into three categories: acquiescent silence, defensive silence, and prosocial silence.

Acquiescent silence refers to the deliberate withholding of information on work related issues (Dyne et al., 2003, p. 1367). When employees do not get the reaction they expect from managers to the information they share, they think that sharing information does not cause any change and therefore unnecessary. This perception leads employees to acquiescent silence behaviour. It has been determined that this situation prevents therealization of innovations in the workplace (Argyris and Schon, 1978), affect organizational change effort (Morrison and Miliken, 2000, p. 715), and harm job satisfaction and organizational commitment of the employees (Morrison and Miliken, 2000, p. 716; Vakola and Bouradas, 2005, p. 444).

Defensive silence occurs when individuals hide their opinions and information because they are afraid or want to protect themselves. This can be said to be proactive silence (Dyne et al., 2003, p. 1367). Individuals prefer not to speak if they believe that if they share their information, they may be penalized, be considered as troublemakers or lose their jobs. Thus, they think that they will avoid the negative consequences of speaking up and adopt defensive silence behavior.

Pro-social silence refers to the withholding of work-related ideas, information, or opinions to benefit other people or the organization, based on altruism or cooperative motives (Dyne et al., 2003, p. 1367, Knoll and Van Dick, 2013, p. 352). This means that individuals who adopt pro-social silence behavior withhold some information to protect the reputation of the

organization, to prevent damage to the corporate image, and to be useful to the organization (Dyne et al., 2003, p. 1367). In addition, they may not speak up for fear of breaking ties with their colleagues and losing the social network (Miliken, Morrison and Hewlin, 2003, p. 1455; Rosenthal, 1996). They tolerate difficulties in the organization by declining to complain about inconveniences (Dedahanov, Kim and Rhee, 2015, p. 485).

1. Literature Review

Women have had to struggle with problems arising from their gender since the first day they entered the world of work. Years have passed by, radical changes have occurred in work life, but the problems women face have not ended. According to the ILO (International Labor Organization) Report (2020), women face discrimination in the workplace because employers may prefer male employees because they can work longer hours, are more resilient, and do not have to leave their jobs for reasons such as pregnancy and childcare. Another area where women are discriminated against is in salaries, with one study revealing that the gender pay gap in Türkiye is 15,6%. A report in 2022 showed that one of the most common complaints of women in work is the obstacles that prevent them from reaching top management positions (McKinsey, 2022).

It is also found that women do not benefit sufficiently from educational opportunities and are therefore not preferred in employment or can only work in jobs that do not require much education, whereas as their level of education increases, they are able to reach higher positions in their workplaces. Research shows that women experience sexual harassment, sometimes verbally and sometimes physically, as a result of being seen as sexual objects, and that young people and single or widowed women are more likely to experience sexual harassment. Women also report psychological pressure from both male and female coworkers, and that they face behaviors such as being ignored for their achievements, being humiliated, being insulted, etc. (Aksöz and Durkal, 2021, p.146; Umutlu and Öztürk, 2020, p.299; Vural, Barut, Kızıltan and Kulaksız, 2015).

Women struggle against all these challenges and react in different ways. One of these reactions is organizational silence behavior. Research proved that women experienced more organizational silence compared to men (Ateş and Önder, 2018, p. 796; Erigüç, Özer, Turaç and Songur, 2014, p. 150; Kutanis and Çetinel, 2014, p. 153). This may be because of males using authoritative language, which makes females feel reluctant to share their thoughts openly for fear of being rejected at the workplace. Another reason they may choose to remain silent is that they are often mocked when they speak in some societies; as a result, they choose to remain silent (Makrukh, Ayaz and Liakat, 2019, p. 165). In addition to these findings, Baştuğ, Pala, Yılmaz, Duyan and Günel (2016, p. 130) conducted research to see if sports employees keep silent depending on a gender basis and found that female sports employees keep silent more. Çınar, Karcıoğlu and Alioğulları (2013, p. 319) compared the two genders from the viewpoint of organizational silence and found that women are more silent compared with men in organizations. They suggested that this could be because of Turkish cultural characteristics that expect women to remain silent instead of expressing their opinions.

Contrary to these findings, Okeke-James, Igbokwe, Anyanwu and Obineme (2020) who conducted research among school teachers and tried to find the relation between gender influence on organizational silence, found no significant relationship between male teachers and female teachers regarding the silence in both open and closed school climates. Ehtiyar and Yanardağ (2008) who conducted research in a chain hotel, found that the silence levels of men and women were almost the same. Likewise, Özdemir and Sarıoğlu (2013) conducted research in the public and private sectors and concluded that organizational silence does not differ according to gender.

As can be seen from the research, studies conducted in different countries at different times and with different groups have yielded different results.

Although organizational silence has been studied from the viewpoint of the female working in male-dominated jobs so far, there hasn't been any research looking into the situation of female students in male-dominated classrooms. However, the same problem may exist for girls in boy-dominated classrooms because the classrooms where the students are educated are social organizations that have their own dynamics, and there is no doubt that the students experience almost all the incidents that are likely to take place in an organization in the classroom (Akınlolu and Haupt, 2019, p. 16; Zhang, 2010, p. 8). Because there are cooperation, inclusion, exclusion, grouping, intimidation, or alienation among the students in the classroom, just like there are among the employees in a company.

Individual personality traits influence individuals' behaviors (Akkaya and Dost, 2021, p. 481). For example, self-esteem is a factor that affects all the students, regardless of gender, and determines their reactions in various situations. Some are outgoing, while others are shy and worry about what others will think of them, so they are always quiet (Susak, 2016, p. 36). In addition to personality traits, the behaviors of people are shaped by their environment and their friends. In schools, all classes, whether they are single-sex, mixed-gender, or gender-dominated, have their own characteristics regarding the relations among the students and their reactions to various situations. Just as each gender has its own traits that contribute positively to the classroom atmosphere, so they may have their own negative features that damage the peaceful atmosphere in the classroom (Bailey and Cervero, 2008, p. 329). Interestingly enough, students, both male and female, in gender-dominated classrooms may feel "intimidated" or "constrained" by a large cohort of the other gender, or they may have the initial feelings of unease. Besides, students in the minority may not be included in the group at the beginning (Thurtle, Hammond and Jennings, 1998, p. 635). Khan, Ahmad and Ahmad (2014, p. 45) found that female students sit in a subdued manner towards one side of the classroom while male students sit all over the classroom exuding confidence.

Younger, Morrington and Williams (2010, p. 330) and Myhill (2013, p. 347) found female students face some hardships in male-dominated classrooms. Male students, who are already dominant in mixed-gender classrooms, become even more oppressive when females are in the minority. For example, they speak more frequently and longer in class discussions and are more likely to blurt out answers without raising their hands or being recognized by the instructor, sometimes even if they are not called on, or do not know as much about the topic as others in the class. On the other hand, Lee and McCabe (2021, pp. 46, 48) found that when female students do speak in class, they are much more likely to be interrupted. They articulate their responses at a lower volume and speak at shorter lengths than men. They are more likely to react to problems in a quieter and less disruptive fashion (Sadker, 2002, p. 84).

Research conducted by Jule (2003, p. 12) found that male students speak 9 times more than female students in a classroom. They try to dominate the girls by using different speaking strategies. They may interrupt everyone, even the teacher, to make their voices heard. They tend to ignore the girls' contributions and comments on the projects they do together. Girls, on the other hand, are inclined to achieve solidarity and consensus in the interaction by giving more minimal responses to support the current speakers or signal interest in the topic and using fewer directives and more attentive expressions to show cooperation (Jule, 2003, p. 12; Kendall and Tannen, 2008, p. 553; Sadker, 2002, p. 84).

In some cultures, if there is masculine dominance in classroom participation and interaction, this may result in female students' lack of confidence in matters relating to expressing themselves effectively in classroom exchanges. It is also observed that female students are hesitant and lack confidence regarding classroom participation in these classes. This may be because of the privileged position of males in society, which makes them dominant and prominent. This discourages female students' classroom interaction and creates problems for their socio-emotional well-being, eventually causing female students to lose their confidence. They don't participate in classroom activities because of their fears of feeling

inadequate in front of others, or even if they do participate, they usually direct their responses to a particular female student in a manner reflecting their lack of confidence (Curtis, 2007; Jones and Myhill, 2004, p. 553).

Sometimes, the main subject of the course, such as in STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics), creates confidence gaps between girls and boys because girls may believe boys are more competent in these subjects. This lack of confidence can be seen in girls' classroom participation, where they prefer anonymous answers or are less comfortable asking questions in lectures than boys (Alvarao, Cao, and Minnes, 2017, p. 31; Beyer, Rynes, Perrault, Hay, and Haller, 2003, p. 51; Brigham and Lupine, 2021; Rekha, McLure, and Barry, 2021, p. 8).

Despite the hardships female students suffer from in male-dominated classrooms, they contribute positively to the classroom atmosphere. Research conducted by Lavy and Schlosser (2006, p. 3) shows that the existence of female students softens the classroom atmosphere. Students who have more female peers report a lower level of classroom violence and disruption and better relationships with other students and teachers. That means a higher proportion of female students leads to a better classroom and learning environment, and thus a higher level of satisfaction with the school. It is confirmed by the observations of the teachers, too. Their comments on boys and girls reveal that they think girls are quieter and are more 'together' socially. Teachers say that boys are more confident, but they are disruptive and can make the class more difficult (Jones and Myhil, 2004, p. 554).

The literature mentioned above indicates that boys' attitudes in the classroom are quite oppressive for girls, which leads to the conclusion that if the classroom is male-dominated, females will face more problems, uneasiness and displeasure. This is very similar to the experience of women in male-dominated workplaces who adapt some defensive strategies to alleviate the harmful effects of being in the same place with a dominant group of the other gender. They react to these hardships in several ways, ranging from quitting their job, losing confidence, behaving like men, building networks, or working more. Sakallı (2021, p. 119) found that one of the reactions adopted by women in man-dominated environments is keeping silent.

Kutaniş and Çetinel (2014, p.169) investigated the impact of gender on silence behavior and found that silence behavior is affected by gender. They also found that the behavior of female teachers is caused by the fact that there are more male administrators at schools, there are some prejudices against women, and society puts pressure on women. Another study conducted with educators by Ateş and Önder (2019, p. 795) found that women experienced more organizational silence than men.

1.1. Hypotheses

As Khan et al. (2014, p. 44) found, female students are interrupted often and their comments and opinions are mostly ignored in male-dominated classrooms, so they may feel that their opinion won't be taken into consideration and speaking up is pointless and unlikely to make a difference. From this point of view, the first hypothesis of this study is this:

H1: Female students display more acquiescent silence in comparison with male students in the classroom.

Sometimes, individuals who are aware that they may be punished, labeled as troublemakers, or fired when they speak about certain issues prefer not to speak up, and this motivation leads employees to protect themselves from the negative consequences of speaking up, resulting in defensive silence (Beheshtifar, Borhani and Morhadam, 2012, p. 281; Wynen, Kleizen, Verhoest, Lægreid and Rolland, 2019, p. 523). One of the aims of this research is to find out if female students in male-dominated classrooms adapt defensive silence to react to these behaviors from male students. That creates the second hypothesis:

H2: Defensive silence is a reaction which female students in male-dominated classrooms adapt to protect themselves from the negative consequences of speaking up.

Generally, female students are quieter, more altruistic, and more cooperative than male students. They are associated with caring behaviors while boys are with aggression (Libretexts, 2021; Carlo, 2014, p. 218). Research has revealed that women tend to keep silent since they want to protect valued relationships in the organization. They may prefer to hide some information that may be harmful, in their opinion, to the relations among the stakeholders in the organization. (Inandı, Gün and Kılıç, 2016, p. 542) This leads us to the third hypothesis:

H3: Female students display pro-social silence because they tend to protect and sustain the nice and quiet climate in the classroom.

The studies conducted in companies show that women experience organizational silence more than men do (Ateş and Önder, 2019, p. 793; Çetinkaya and Koçyiğit, 2021, p. 1023; Kutanis and Çetinel, 2014, p. 153; Makruk et al., 2019, p. 174.). Taking these findings into consideration, we formulated our fourth hypothesis as follows:

H4: Female students in male-dominated classrooms, just like women in men-dominated workplaces, tend to keep silent more than male students purposefully in the face of significant problems.

2. Methodology

2.1. Materials

In the research, the organizational silence of male and female students was measured by the organizational silence scale developed by Dyne et al. (2003) and adapted into Turkish by Taskiran (2010). Since the scale would be used with students, a change in wording was made and the word 'student' was used instead of 'employee'; the word "classroom" was used instead of the word "organization" in statements so that they would be understood better by the students. Special attention was given not to change the originality of the survey, and the change in wording was checked by language experts in the field to make sure that it wouldn't change the precision and authenticity of the scale.

This scale has three sub-scales. These sub-scales and the number of the items that measure them in the survey are given below.

Acquiescent Silence: Items 1–5. All items have negative verbs.

Defensive Silence: Items 6–10. All items have negative verbs.

Pro-Social Silence: Items 11-15. All items have positive verbs.

2.2. Participants

The questionnaire was given to 103 students from the prep class of a maritime university where the student body consists of mainly male students because it educates students for a male-dominated sector. There are an average of 22 students in each classroom, only 2 or 3 of whom are girls. The questionnaire was responded to by 51 girls, which means almost all the girls in the prep class were engaged in the study. Besides girls, it was given to the boys as well, so that a comparison could be made between their organizational silence behaviors.

Ethics committee approval for this study was received from the Ethics Committee for the Social and Humanities Field, Piri Reis University on February 2, 2022. The reference number for the ethics document is 2022/1.

2.3. Data Analysis

Cronbach's α coefficient was calculated to determine the reliability level of the scales and factors, as shown in Table 1.

Table 1. Cronbach's Alpha reliability coefficients of the organizational silence scale and its sub-dimensions

Organizational Silence and Subdimensions	Cronbach Alpha
Organizational Silence	.857
Acquiescent Silence	.804
Defensive Silence	.890
Pro-Social Silence	.837

According to the table, the α reliability coefficient obtained from the overall scale was calculated as Organizational Silence (.857), Acquiescent Silence (.804), Defensive Silence (.890) and Pro-Social Silence (.837). .70 is accepted as an acceptable value for the scales. In this sense, it is seen that high reliability was obtained for organizational silence and its sub-dimensions.

As stated above, within the scope of the research, 103 people were reached. To test the hypotheses, firstly, missing values and outliers were analyzed to decide which statistical techniques will be used. Since it was observed that there were missing values in the data set, a mean value assignment was made and an outlier analysis was performed. For univariate outliers, the scores of the scales and their sub-dimensions were converted into Z standard scores, and the values outside the range of -3 to +3 were removed from the data set. After the outliers were removed, the data belonging to 1 person in the data set consisting of 103 people was removed from the data set and the analysis continued with the data belonging to 102 people.

To determine which statistical techniques to use to test the hypotheses, the data were first examined to see if they were normally distributed. In order to test the normality of the data, the Kolmogorov-Smirnov test was performed, and histogram graphs, skewness, and kurtosis values were analyzed. Normality test results are given in Table 2.

Table 2. Normality test results for the scales

Scale/Size	n	\bar{X}	S	Median	Min	Max	Kolmogorov-Smirnov	P	Skewness	Kurtosis
Organizational Silence	102	41	10.58	40	19	72	.099	.015	.69	.98
Acquiescent Silence	102	11.78	4.58	11	5	25	.102	.011	.76	.31
Defensive Silence	102	10.32	4.85	10	5	25	.144	.000	1.11	1.09
Pro-Social Silence	102	18.91	4.95	20	5	25	.126	.000	-.78	.08

The Kolmogorov-Smirnov test revealed that none of the variables' scores were normally distributed ($p < .05$). However, a decision is not made based only on this test result. Skewness and kurtosis values and histogram graphs were also analyzed. According to the skewness and kurtosis values, the scores of organizational silence (skewness =.69 and kurtosis =.98), acquiescent silence skewness =.76 and kurtosis =.31), defensive silence (skewness = 1.11 and kurtosis = 1.09), and pro-social silence (skewness =-.78 and kurtosis =.08) are normally distributed.

In order to determine the level of agreement of the participants with the dimensions, a step calculation was made using the formula [(Last category-First category) /Number of categories]. When the values were substituted in the formula, the value $(5-1) /5 = 0.80$ was obtained and interpreted as shown in Table 3.

Table 3. Evaluation criteria for participants' organizational silence and sub-dimension mean scores

\bar{X}	Result
1.00 – 1.80	Very Low
1.81 – 2.60	Low
2.61 – 3.40	Average
3.41 – 4.20	High
4.21 – 5.00	Very High

When Table 3 is examined, it is seen that the mean scores obtained from organizational silence levels and sub-dimensions are graded between very low and very high.

In the analysis of the data, descriptive statistics (mean, standard deviation, minimum, maximum) and unrelated samples t-test were calculated. The IBM SPSS 25 software was used to analyze the data within the scope of the research.

3. Findings

In order to test the hypotheses, first the students' organizational silence levels were examined both in general and regarding sub-dimensions. The results are given in Table 4.

Table 4. Students' levels of organizational silence in general and in sub-dimensions

Scale/Size	n	k	\bar{X}	S	\bar{X}/k	Decision
Organizational Silence	102	15	41	10.58	2.73	Average
Acquiescent Silence	102	5	11.78	4.58	2.36	Low
Defensive Silence	102	5	10.32	4.85	2.06	Low
Pro-Social Silence	102	5	18.91	4.95	3.78	High

When Table 4 is examined, it is seen that the participants' organizational silence level in general is medium. In terms of sub-dimensions, it was found that acquiescent silence and defensive silence levels are low, and pro-social silence levels are high. The mean score and standard deviation values on the basis of items related to students' levels of showing organizational silence behavior are given in Table 5.

Table 5. Item-based mean scores and standard deviation values for students' levels of organizational silence behavior

Item	\bar{X}	ss	Result
1. I am reluctant to talk about proposals for change because they are not relevant to me.	2.59	1.20	Low
2. I keep my thoughts to myself as I am a person who adapts to the decisions to be taken.	2.69	1.20	Medium
3. I keep my opinions about solutions to problems to myself.	2.22	1.31	Low
4. I hesitate to express my ideas for self-improvement because I do not believe that it will make a difference in my favor.	2.03	1.19	Low
5. I refrain from expressing my opinions on how things could be done better here because I think they do not concern me.	2.25	1.21	Low
6. I do not put forward or talk about my ideas for change because I am afraid of the reaction of teachers and administrators.	2.12	1.21	Low
7. I keep my information about the classroom to myself because I am afraid of the reaction of teachers and administrators.	1.99	1.17	Low
8. In order to keep my peace in this classroom, I ignore negative situations related to the operations.	2.28	1.18	Low
9. In order to maintain my peace in the classroom, I refrain from expressing my opinions to correct deficiencies.	2.00	1.14	Low
10. I hesitate to develop solutions to problems that arise because I am afraid or afraid of the reaction of teachers and administrators.	1.93	1.12	Low
11. I keep information that should remain confidential to myself based on the ties with the class and my friends with whom I take classes.	3.77	1.26	High
12. I keep private information to myself in order to be useful in this class and to my friends.	3.43	1.37	High
13. I resist pressure from others to disclose information about my class.	3.63	1.33	High
14. I refuse to reveal information that could endanger my classmates and friends.	3.85	1.29	High
15. I keep confidential information about my class and friends in the most appropriate way.	4.22	1.10	Very High

Based on Table 5, it can be stated that items 1–10, except the second item, are at a low level of silence; the second item is at a medium level of silence; items 11–14 are at a high level of silence; and item 15 is at a very high level of silence.

To interpret the data in Table 5 better to test the hypotheses, the comparison of participants' total and sub-dimension levels of organizational silence according to gender was made. To do this, first it was examined whether the scores were normally distributed according to gender, and it was found that organizational silence and sub-dimension scores were normally distributed. An unrelated sample t-test was conducted for organizational silence and its sub-dimensions. The results of the analysis are given in Table 6.

Table 6. Comparison of participants' organizational silence and sub-dimension scores according to gender

Scale/Size	Group	n	\bar{X}	S	t	Sd	p
Organizational Silence	Male	51	41.17	12.61	.157	100	.875
	Female	51	40.84	8.19			
Acquiescent Silence	Male	51	12.34	4.94	1.241	100	.217
	Female	51	11.22	4.16			
Defensive Silence	Male	51	10.84	5.72	1.095	100	.277
	Female	51	9.79	3.77			
Pro-Social Silence	Male	51	17.99	5.51	-1.900	100	.061
	Female	51	19.83	4.18			

An analysis of Table 6 reveals the participants' general organizational silence ($t(100) = .157, p > .05$); and sub-dimensions of acquiescent silence ($t(100) = 1.241, p > .05$), defensive silence ($t(100) = 1.095, p > .05$) and pro-social silence ($t(100) = -1.900, p > .05$) scores do not differ significantly according to gender. In other words, the gender of the participants does not affect their general organizational silence, and sub-dimensions of acquiescent silence, defensive silence, and pro-social silence scores. It can be stated that women and men think similarly on these issues. The item-based comparison by gender is given in Table 7.

Table 7. Comparison of students' mean scores of organizational silence scale items according to gender

Item	Female		Male		p
	\bar{X}	Ss	\bar{X}	ss	
1. I am reluctant to talk about proposals for change because they are not relevant to me.	2.47	1.05	2.71	1.34	.317
2. I keep my thoughts to myself as I am a person who adapts to the decisions to be taken.	2.47	1.21	2.90	1.17	.070
3. I keep my opinions about solutions to problems to myself.	2.00	1.25	2.43	1.35	.096
4. I hesitate to express my ideas for self-improvement because I do not believe that it will make a difference in my favor.	1.98	1.09	2.08	1.29	.679
5. I refrain from expressing my opinions on how things could be done better here because I think they do not concern me.	2.29	1.22	2.22	1.21	.745
6. I do not put forward or talk about my ideas for change because I am afraid of the reaction of teachers and administrators.	2.04	1.10	2.20	1.33	.524
7. I keep my information about the classroom to myself because I am afraid of the reaction of teachers and administrators.	1.86	1.06	2.12	1.28	.275
8. In order to keep my peace in this classroom, I ignore negative situations related to the operations.	2.12	1.07	2.43	1.27	.189
9. In order to maintain my peace in the classroom, I refrain from expressing my opinions to correct deficiencies.	1.96	1.00	2.04	1.26	.729
10. I hesitate to develop solutions to problems that arise because I am afraid of the reaction of teachers and administrators.	1.80	0.98	2.06	1.24	.252
11. I keep information that should remain confidential to myself based on the ties with the class and my friends with whom I take classes.	3.96	1.22	3.59	1.28	.136
12. I keep private information to myself in order to be useful in this class and to my friends.	3.62	1.33	3.24	1.41	.172
13. I resist pressure from others to disclose information about my class.	3.88	1.23	3.39	1.40	.067
14. I refuse to disclose information that may harm my class and friends.	3.90	1.29	3.80	1.30	.702
15. I keep confidential information about my class and friends in the most appropriate way.	4.48	0.78	3.96	1.31	.018

Table 7 shows that the mean scores of the participants for item 15 differ significantly by gender ($p < .05$). For item 15, "I keep confidential information about my class and friends in the most appropriate way," the mean score of female students (= 4.48) is higher than the mean score of male students (= 3.96). For this item, it can be stated that female students' silence is higher than male students' silence. For other items, it is seen that the mean scores of the participants do not differ significantly according to gender ($p > .05$). In other words, the gender of the participants does not affect their silence scores for any item except for item 15. The fact that item 15 is different for female and male students does not affect the overall result in the pro-social subsection to which this item belongs.

According to the data analysis as shown in Table 6, there is not a significant difference between the acquiescent silence levels of female and male students. Therefore, H1 is rejected.

Likewise, there is no significant difference between the defensive silence levels of both genders. So, H2, which hypothesizes that female students in male-dominated classrooms have defensive silence to protect themselves from the negative consequences of speaking up, is rejected.

H3, which proposed that female students display pro-social silence because they tend to protect and sustain the nice and quiet climate in the classroom, is confirmed since they have a high level of pro-social silence. However, the striking thing here is that the pro-social silence of male students is also high, which means male students care for the peaceful atmosphere in the classroom too.

H4 suggested that female students in male-dominated classrooms, just like women in men-dominated workplaces, tend to keep silent more than male students do purposefully in the face of significant problems. The data analysis proved that there is no significant difference between male and female students from an organizational silence viewpoint. Therefore, H4 is rejected.

Discussion

Organizational silence is one of the issues frequently addressed in the literature. Most of the research conducted so far has revealed that women show more organizational silence than men (Al Zoubi and Alkhlaifat, 2021, p. 821; Ateş and Önder, 2018, p. 796; Kutanis and Çetinel, 2014, p. 153). In some studies, it has been observed that women's organizational silence behavior increases in environments where men are present (Pinder and Harlos, 2001). However, some studies have concluded that there is no difference between men and women in terms of organizational silence (Moghaddampour, Nazemipou, Aghaziarati and Bordbar, 2013: 2220; Özdemir and Sarioğlu, 2013: 276).

In this study, the hypotheses were constructed based on the assumption that women show more organizational silence than men in organizations and that this behavior increases in male-dominated environments. Unlike previous studies, the scale which was applied in business domain was administered among students at a university and all statements related to business in the original questionnaire were replaced with statements related to school. The validity and reliability of the modified version of the questionnaire were checked and they were found to be high. The university where the survey was conducted is a maritime university with a majority of male students.

Contrary to the majority of the resources in the literature review, it was found that the organizational silence of female students, even if they are in a male-dominated university is almost the same as male students. Both male and female students have a low level of acquiescent and defensive silence while both parties have a high level of pro-social silence. A significant difference between female and male students was observed only in the last question on pro-social silence, which was "I keep confidential information about my class and friends in the most appropriate way".

There may be several reasons for the fact that organizational silence of both genders is almost the same at school, even if it is male-dominated.

Firstly, this study was administered to students of a school and not to employees of a workplace. Among the reasons why workplace employees show organizational silence behavior are the fear of being fired and not being promoted (Çakıcı, 2007, p. 152; Yeşilaydın, Bayın, Esatoğlu and Yılmaz, 2016, p. 17). However, students do not experience this type of anxiety. There is no such situation as losing a job or not being promoted for a student. This situation may be a reason for students not to exhibit organizational silence behavior.

Secondly, these students belong to Generation Z. Naturally, they have the characteristics of this generation. Singh and Dangmei (2016) describe the members of Gen Z as the most individualistic, self-directed, most demanding, acquisitive, materialistic, and entitled generation so far. They found that Generation Z members expect to be informed, to be allowed to respond, and to have their responses heard and acknowledged. They are also independent (Schwieger and Ladwig, 2019. p. 49), mature, and engaged in professional activities (Dolat, 2018. p. 46). Gaithani, Arora and Sharma (2018, p. 2806) say that Gen Z has an informal, individualistic, and very straight way of communicating. Considering these characteristics of Generation Z, it can be strongly predicted that any concerns they may have will not prevent them from saying what they intend to say. They don't keep their thoughts to themselves or refrain from expressing their thoughts, which is proved by the low levels of acquiescent and defensive silence. Considering the characteristics of Generation Z, it is quite normal to expect this result, and it is reasonable to conclude that female students with these characteristics have the same level of organizational silence as male students.

Finally, it is clear that female students studying in a male-dominated school will be exposed to a more challenging environment and will have to deal with more problems than students studying in schools with equal numbers of girls and boys. Female students have already chosen to study at this school, knowing and accepting this situation. The problems they face in a male-dominated school are similar to those they will experience in a male-dominated job. It has been observed that women working in male-dominated jobs exhibit a number of characteristics attributed to men. For example, Lemkau (1983, p. 147) found that women in male dominated jobs have personality differences. They have greater assertiveness and tough-mindedness, which are consisted with the role demands of atypical jobs. According to the study conducted by Wade (2020), such women have characteristics such as aggression, competition and decisiveness. Similarly, Kretschmar (1995, p. 155) found that women face the challenge of adapting their behavior to the "boys' club" while Akingbade (2010, p. 3268) revealed that women are expected to take on male characteristics and interactional styles in order to be competitive in the organisational context. Martin (2013) found that women in male-dominated jobs adopt male-type characteristics to cope with the hardships they are likely to face. Considering these findings, it may be normal for female students with the free spirit of Generation Z to have a similar organizational silence level with boys.

What is striking here is that both genders have a high level of pro-social silence. That means that both genders prefer to remain silent to protect the organization, so they think about the interests of the organization rather than their own interests and may hide some things so as not to harm it. This contradicts the findings of akmak and Arbaş (2020), who contend that women are more likely than men to engage in prosocial silence behavior.

As a result, the study found that the silence levels of male and female students in male-dominated classrooms were almost the same. In other words, no gender-based difference was found between the levels of silence. Although there may be many different reasons for this situation, the most probable ones are discussed above.

Conclusion and Future Studies

Upon the evaluation of the survey, it was found that both the female and male students exhibit the same level of organizational silence in the classroom. Both genders have the highest degree of organizational silence in the prosocial sub-dimension. That means they keep silent when the common interest of the classroom is in danger and they withhold ideas, information, and opinions concerning the classroom so that they can prevent any damage or embarrassment to the people in it.

Both genders have a low degree of silence in the defensive and acquiescent sub-dimensions. That means they don't remain silent because of the fear and worry that they will be harmed if they speak up. If they are aware of the problems, they don't ignore them and they don't act as if everything is fine. They do not hide their thoughts for fear of being disapproved or being harmed. Because they are not students who believe they will be punished, labeled as troublemakers, or expelled from class if they speak or act in opposition to the majority. Since the defensive silence degree of students of both genders is low, it can be inferred that even if they feel such concerns, they feel them very little.

The fact that their acquiescent silence level is low means the students, as Generation Z members, prefer to talk about the issues they don't approve of instead of hiding them for fear of being harmed because they believe something can be done to change the mistakes if they are revealed.

The research shows that the level of organizational silence behavior of female students is not different from that of male students. There may be several reasons for this. One of the reasons may be that they don't face the danger of losing their job or the chance for promotion since they don't work at a company. The reasons that keep the women in these companies from speaking out do not apply to the students. The next reason may be the fact that they are from Generation Z. The members of this generation are not people who prefer not to speak for fear of what others will say. They are quite outspoken. The next reason could be that female students in male-dominated schools are perceived to be more courageous, assertive, and combative than the general female student profile.

Organizational silence is a phenomenon that has been investigated only within the framework of company relations so far. In most of these studies, it was shown that women are more prone to organizational silence behavior compared to men, especially in male-dominated workplaces (Bridges, Wulff and Bambery, 2021; Hall and Gettings, 2020, p. 498). In this research, the aim was to see if organizational silence existed among the female students in male-dominated classrooms. The next research in the field may be about investigating organizational silence comparatively between generations. It may also be studied if behaviors like whistleblowing or burnout, which are common in workplaces, are common in classrooms, too.

References

- Akınlolu, M. & Haupt, T. C. (2019). Gender differences in perceptions of workplace interactions among university students in male-dominated work. (Preprint: No. 1589). EasyChair.
- Akingbade, R. E. (2010). Between a rock and a hard place. Backlash towards agentic women aspiring to high-ranking jobs in Nigeria. *Gender and Behaviour*, 8(2), 3265-3278.
- Akkaya, M. & Tuzgöl D.M. (2021). An examination of university students' level of assertiveness according to self construal and five-factor personality traits. *Kastamonu Education Journal*, 29 (2), 480-489. doi: 10.24106/kefdergi.718520

- Aksöz, F & Durkal, M.E. (2021). Çalışma hayatında kadınların karşılaştıkları sorunlar: Kayseri ilinde çalışan kadın öğretmenler üzerine bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 59. 141:176.
- Al Zoubi, M.M. & Alkhlaifat, O.K. (2021). Gender influence on the organizational silence in the school sector in Amman, Jordan. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 25 (2), 803-825.
- Alvarado, C., Cao, Y. & Minnes, M. (2017). Gender differences in students' behaviors in cs classes throughout the cs major. In *Proceedings of the 2017 ACM SIGCSE Technical Symposium on Computer Science Education* (Seattle, Washington, USA) (SIGCSE '17). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 27–32.
- Argyris, C. & Schon, D. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ateş, T. Ö. & Önder, E. (2019). Effect of marital situation and gender on educators' organizational silence: A meta-analysis study. *Hacettepe University Journal of Education*, 34 (3), 786-803. doi: 10.16986/HUJE.2018041735
- Bagheri, G., Zarei, R. & Aeen, M. N. (2012). Organizational silence (Basic concepts and its development factors) *Ideal Type of Management*, 1(1), 47- 58.
- Bailey, J.J. & Cervero, R. M. (2008). Different worlds and divergent paths: academic careers defined by race and gender. *Harvard Educational Review*, 78 (2), 311-331. DOI: 10.17763/haer.78.2.nl53n67044365117
- Bastuğ, G., Pala, A., Yılmaz, T., Duyan, M., & Günel, I. (2016). Organizational silence in sport employees. *Journal of Education and Learning*, 5 (4), 126-132. doi:10.5539/jel.v5n4p126
- Beheshtifar, M., Borhani, H. & Nekoie.Moghadom, M. (2012). Destructive role of employee silence in organizational success. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2 (11), 257–281.
- Beyer, S., Rynes, K., Perrault, J., Hay, K. & Haller, S. (2003). Gender differences in computer science students. In *Proceedings of the 34th SIGCSE Technical Symposium on Computer Science Education* (Reno, Nevada, USA) (SIGCSE '03). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 49–53. <https://doi.org/10.1145/611892.611930>
- Bridges, D., Wulff, E. & Bamerry, L. (2021). *Silencing the feminine in male dominated work: The case of the military and construction industries in Australia*. Abstract from 2021 Gender, Work and Organization Conference, United Kingdom.
- Brigham, M. & Lupine, J. P. (2021). *Gender differences in class participation in core CS courses*. ITiCSE 2021, June 26–July 1, 2021, Virtual Event, Germany ISBN 978-1-4503-8214-4/21/06. <https://doi.org/10.1145/3430665.3456356>
- Carlo, G. (2014). The development and correlates of prosocial moral behaviors. In M. Killen & J. G. Smetana (Eds.), *Handbook of Moral Development* (pp.208–234). New York, NY: Psychology Press.
- Çakıcı, A. (2007). Örgütlerde sessizlik: sessizliğin teorik temelleri ve dinamikleri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 145-162.
- Çakmak Y. Y. & Ağırbaş, İ. (2020). Organizational silence: a study on employees of general directorate of sports headquarter. *Journal of Business Research- Turk*. 12. 1036-1045.
- Çetinkaya, U. & Koçyiğit, M. (2021). Öğretmenlerin psikolojik sermaye, örgütsel sessizlik ve örgütsel yabancılaşma düzeylerinin incelenmesi. *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 12(46), 1011-1040. DOI: <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.3030>

- Çınar, O., Karcıoğlu, F. & Alioğulları, Z. D. (2013). The relationship between organizational silence and organizational citizenship behavior: a survey study in the province of Erzurum, Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99, 314 – 321. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.499>
- Curtis, P. (2007). Boy Crazy. Retrieved from <https://www.theguardian.com/education/2007/apr/10/schools.uk>
- Dedahanov, A. T., Kim, C. & Rhee, J. (2015). Centralization and communication opportunities as predictors of acquiescent or prosocial silence. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43, 481–492.
- Dolot, A. (2018). The characteristic of generation z. *E-mentor*, 2(74), 44-50. DOI: <https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Dyne, L.V., Ang, S. & Botero, I. C. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional contracts. *Journal of Management Studies*, 40 (6). 1359-1392.
- Ehtiyar, R. & Yanardağ, M. (2008). Organizational silence: a survey on employees working in a chain hotel. *Tourism and Hospitality Management*. 14 (1) 51-68.
- Erigüç, G., Özer, Ö, Turaç, Z. & Songur, C. (2014). The causes and effects of the organizational silence: on which issues the nurses remain silent? *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 10 (22);131-153.
- Gaithani, S., Arora, D. & Sharma, B. K. (2019). Understanding the attitude of generation z towards workplace. *International Journal of Management, Technology and Engineering*. IX (1). pp. 2804-2812
- Hall, E. D. & Gettings, P. E. (2020). Who is this little girl they hired to work here? Women's experiences of marginalizing communication in male-dominated workplaces. *Communication Monographs*, 87(4) 484-505. doi: 10.1080/03637751.2020.1758736
- ILO. (2020). Cinsiyete dayalı ücret farkının ölçümü: Türkiye uygulaması raporu. Retrieved from https://www.ilo.org/ankara/news/WCMS_757032/lang--tr/index.htm
- Inandı, Y., Gün, M.Y. & Gılc, F. (2017). The study of relationship between women teachers' career barriers and organizational silence: viewpoint of women and men teachers. *European Journal of Contemporary Education*, 6(3), 542-556. DOI: 10.13187/ejced.2017.3.542
- Jones, S. & Myhill, D. (2004). Troublesome boys' and 'compliant girls': Gender identity and perceptions of achievement and underachievement. *British Journal of Sociology of Education* - 25, 547-561. 10.1080/0142569042000252044.
- Jule, A. (2003). *Girls' talk: girls' silence*. British Educational Research Association Annual Conference. Heriot-Watt University, Edinburgh, 11-13 September 2003 <http://www.leeds.ac.uk/educol/documents/00003308.htm>
- Kendall, S. & Tannen, D. (2008). Discourse and gender. D. Schiffrin, D. Tannen, and H. E. Hamilton (Ed.) *The Handbook of Discourse Analysis* (pp.548-567) Malden, Massachusetts. Blackwell Publishers. DOI: 10.1002/9780470753460.ch29.
- Khan, F., Ahmad, S. & Ahmad, N. (2014). The Interplay between gender and student classroom participation: a case study of the university of swat. *PUTAJ – Humanities and Social Sciences*. 21, 41-50.
- Knoll, M. & Van Dick, R. (2013). Do I hear the whistle? A first attempt to measure four forms of employee silence and their correlates. *Journal of Business Ethics*, 113 (2), 349-362.

- Kretzschmar, L. (1995). Gender and oppression: a South African feminist underview. *Missionalia* 23(2), 147-161.
- Kutanis, R. Ö. & Çetinel, E. (2014). Kadınların sessizliği 1: devlet okullarındaki kadın öğretmenler üzerine bir araştırma. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(1), 153-173.
- Lavy, V. & Schlosser, A. (2006). Does being with more girls in school improve students' human capital outcomes and behavior? *Evidence on Effects and Mechanisms*. Retrieved from https://pdfs.semanticscholar.org/6fda/1710d6705da63f0a9312f368100074a1b247.pdf?_ga=2.144681525.106977407.1584521009-1292393415.1584521009
- Lee J.J. & McCabe JM. (2021) Who speaks and who listens: revisiting the chilly climate in college classrooms. *Gender and Society*, 35(1), 32-60. doi:10.1177/0891243220977141
- Lemkau, J.P. (1983) Women in Male-Dominated Professions: Distinguishing Personality and Background Characteristics. *Psychology of the Women Quarterly* 8(2), 144-165.
- Libretexts (2021). *Gender Bias in the Classroom*. Retrieved from <https://socialsci.libretexts.org/@go/page/8386>
- Mahrukh, S., Ayaz, A., & Liaqat, I. (2019). Silencing the silence: a study of women at workplace. *Global Social Sciences Review (GSSR)* 2(2), 162-176. doi: 10.31703/gssr.2017(II-II).10
- Martin, P. G. (2013). The experiences of women in male-dominated professions and environments in South Africa. Retrieved from https://core.ac.uk/display/43171299?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1
- McKinsey (2022). *Women in the workplace*. McKinsey&Company Report. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>
- Milliken, F.J., Morrison, E.W. & Hewlin, P.F. (2003). An exploratory study of employee silence: issues that employees don't communicate upward and why". *Journal of Management Studies*, 40(6), 1453-1476.
- Moghaddampour, J., Nazemipour, B., Aghaziarati, M & Bordbar, H. (2013). Illuminating employees' organizational silence. *Management Science Letters*, 3(8), 2213-2222.
- Morrison, E. W. & Milliken, F. J. (2000). Organizational silence: a barrier to change and development in a pluralistic world. *The Academy of Management Review*, 25(4), 706-725. <https://doi.org/10.2307/259200>
- Myhill, D. (2013). Bad boys and good girls? Patterns of interaction and response in whole-class teaching. *British Educational Research Journal*, 28(3), 339-352. <https://doi.org/10.1080/01411920220137430>
- Okeke-James, N. J., Igbokwe, I. C., Anyanwu, A. N., & Obineme, O. P. (2020). Gender influence on school climate and organizational silence amongst teachers in anambra state. *European Scientific Journal*, *ESJ*, 16(10), 223. <https://doi.org/10.19044/esj.2020.v16n10p223>
- Özdemir, L. & Sarıoğlu Uğur, S. (2013). Çalışanların "örgütsel ses ve sessizlik" algılamalarının demografik nitelikler açısından değerlendirilmesi: Kamu ve özel sektörde bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1). 257-281.
- Pinder, C. C. & Harlos, K. P. (2001). Employee silence: quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 20, 331-369.

- Rekha B.K., McLure, F. I. & Barry, J. F. (2021). Gender differences in classroom emotional climate and attitudes among students undertaking integrated STEM Projects: a Rasch analysis. *Research in Science & Technological Education*. 1-22 DOI: 10.1080/02635143.2021.1981852
- Reyes, M. I. (2014). Professional women silenced by men-made norms. *Akron Law Review*, 47(4), 898-973 <https://ssrn.com/abstract=2853156>
- Rosenthal, E.A. (1996). *Social networks and team performance* (Unpublished dissertation). University of Chicago. USA.
- Sadker, D. (2011). An educator's primer to the gender war. *Phi Delta Kappan*, 92(5), 81-88., Retrieved from <https://www.sadker.org/educatorsprimer.html>
- Sakallı, N. (2021). Kadınların cinsiyetçiliğe tepkileri: meşrulaştırma, kendini suskunlaştırma, yüzleşme ve kolektif hareket. *Türk Psikoloji Yazıları*, 24(47), 115-135. DOI: 10.31828/tpy1301996120210220m000035
- Schwieger, D. & Ladwig, C. (2018). Reaching and retaining the next generation: adapting to the expectations of gen z in the classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45-54.
- Singh, A. P. & Dangmei, J. (2016). Understanding the generation z: the future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(3), 1-5.
- Susak, M. (2016). *Factors that affect classroom participation* (Thesis/Dissertation Collections at RIT ScholarWorks). Rochester Institute of Technology. New York, USA.
- Taşkıran, E. (2010). *Liderlik tarzının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde örgütsel adaletin rolü ve bir araştırma* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi. İstanbul, Türkiye.
- Thurtle, V., Hammond, S.& Jennings, P. (1998). The experience of students in a gender minority on courses at a college of higher and further education. *Journal of Vocational Education and Training*, 50 (4), 629-645 <https://doi.org/10.1080/13636829800200069>
- Umutlu, S. & Ozturk, M. (2022). Kadınların iş yaşamında karşılaştıkları sorunlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(3), 297-306.
- Vakola, M. & Bouradas, D. (2005). Antecedents and consequences of organizational silence: an empirical investigation. *Employee Relations*, 27, 441-458. <http://dx.doi.org/10.1108/01425450510611997>
- Vural, A., Barut, B., Kiziltan, B. & Kulaksız, S. (2015). *Kadınların çalışma hayatında karşılaştığı sorunlar üzerine bir odak grup çalışması / A focus group study on women's problems in working life*. 3. Örgütsel Davranış Kongresi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Wade, M. (2020). *3 traits to help women succeed in a male-dominated workplace*. Retrieved from <https://www.womenintrucking.org/blog/3-traits-to-help-women-succeed-in-a-male-dominated-workplace>
- Wynen J., Kleizen B., Verhoest K., Lægreid P. & Rolland, V. (2020). Just keep silent. Defensive silence as a reaction to successive structural reforms. *Public Management Review*, 22 (4), 498-526. DOI: 10.1080/14719037.2019.1588358
- Yeşilaydın, G., Bayın, G., Esatoğlu, E. A. & Yılmaz, G. (2016). Örgütsel sessizliğin nedenleri: kamu hastaneleri çalışanları üzerine bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 18 (31): 14-22.

Younger, M., Molly.W.& Jacquetta, W. (1999). The gender gap and classroom interactions: reality and rhetoric? *British Journal of Sociology of Education*, 20(3): 325–341. DOI: 10.1080/01425699995290

Zhang, H. (2010). *Who dominates the class, boys or girls? - A study on gender differences in English classroom talk in a Swedish upper secondary school*. Corpus ID:151276146, 1-36
Retrieved <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:394795/fulltext01.pdf>

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Piri Reis Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanı Etik Kurulu

Tarih: 03/02/2022

No: 2022/1



Türkiye’de Okul Yöneticileri Konusunda Yazılan Lisansüstü Tezlerdeki Eğilimler (2015-2020)*

Trends in Graduate Theses on School Administrators in Türkiye (2015-2020)

Öğretmen Sena Yağmur BAYKAN¹, Prof. Dr. Hasret NUHOĞLU²

Öz

Bu araştırmada okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin çeşitli kategoriler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın veri kaynağı Yüksek Öğretim Kurulunun tez arşivinden alınmış ve belgesel tarama yöntemi ile veri toplanmıştır. Lisansüstü tezler, Akademik Yayın Değerlendirme Formu ölçütleri doğrultusunda incelenmiştir. Tezler yıl, tema, araştırma modeli, veri toplama araçları, örneklem türü, tez türü, araştırma yöntemi, veri analiz teknikleri ve örneklem büyüklüğü kategorileri açısından betimsel analiz yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre okul yöneticileri konulu tezlere tema açısından bakıldığında yönetici özellikleri ve eğitimde liderlik temaları ön plandadır. Lisansüstü tezlerin çoğu yüksek lisans düzeyindedir. 2019 yılı, konu ile ilgili araştırmaların en yoğun yapıldığı yıl olmuştur. Tezlerde nicel yöntem ve tarama modeli daha fazla kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğü olarak 0-50 kişi, örneklem türü olarak yönetici ve öğretmenlerin daha çok tercih edildiği görülmüştür. Anket, ölçek ve görüşme formunun en sık kullanılan veri toplama aracı olduğu tespit edilmiştir. Veri analiz tekniklerinden en çok tercih edilenin parametrik test teknikleri olduğu saptanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak eğitimde teftiş ve denetim, okula toplumsal katılım ve okullarda işletme gibi nadiren çalışılan konulara ağırlık verilmesi, veri toplama araçları, araştırma yöntemi ve araştırma modeli seçiminin farklılaştırılması gibi önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tez tarama, lisansüstü tez, doküman incelemesi, okul yöneticileri.

Makale Türü: Derleme

Abstract

In this research, it is purposed to examine the graduate theses prepared on school administrators in terms of various categories. In the current study, survey model was used. The data source of the research was taken from the thesis archive of the Council of Higher Education, and the data were collected through the documentary scanning method. Graduate theses were examined in accordance with the criteria of the Academic Publication Evaluation Form. The theses were analyzed by using descriptive analysis method in terms of such categories as year, theme, research model, data collection instruments, sample type, type of thesis, research method, data analysis techniques and sample size. According to the results of the research, when the theses on school administrators are examined in terms of themes, the themes of administrators and leadership in education are at the forefront. Most graduate theses are at the master’s degree. The year 2019 was the year in which the most intensive research on the subject was conducted. Quantitative method and scanning model were used more in theses. It was seen that 0-50 people were preferred as the sample size, and administrators and teachers were preferred more as the sample type. It has been determined that the questionnaire, scale, and interview form are the most frequently used data collection instruments. It has been concluded that the most preferred data analysis techniques are parametric test techniques. Based on the results of the research, some recommendations can be made such

*Bu araştırma, Prof. Dr. Hasret NUHOĞLU danışmanlığında Sena Yağmur BAYKAN tarafından tamamlanan “Türkiye’de 2015-2020 Yılları Arasında Okul Yöneticileriyle İlgili Yazılan Lisansüstü Tezlerin İçerik ve Yöntem Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul Sancaktepe Niyazi Sayın Bilim ve Sanat Merkezi, senabaykannn@gmail.com

²Maltepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, hasretnuhoglu@maltepe.edu.tr

Atf için (to cite): Baykan, S. Y. ve Nuhoglu, H. (2024). Türkiye’de okul yöneticileri konusunda yazılan lisansüstü tezlerdeki eğilimler (2015-2020). *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 48-65.

as focusing on issues that are rarely studied such as inspection and supervision in education, social participation in school and business administration in schools, and differentiation of data collection instruments, research method, and research model selection.

Keywords: Thesis review, graduate thesis, document analysis, school administrators.

Paper Type: Review

Giriş

Gelişmiş bir ülke yaratabilmenin temelini oluşturan eğitim, birey ve toplumun geleceğine ışık tutmaktadır. Ülkelerin eğitim politikasına yönelik olarak eğitim kurumlarında, kaynakların verimli bir şekilde kullanılması eğitim yönetimi olarak ifade edilmektedir. Eğitim yönetiminin, eğitim kurumlarının merkezi niteliğindeki okullarda uygulanması ise okul yönetimi olarak tanımlanmaktadır. Okul yönetiminden öncelikli olarak okul yöneticileri sorumludur. Okul yöneticilerinin görev, yetki ve sorumlulukları, liderlik, rol ve yeterlikleri, seçilme, yetiştirilme ve atanmaları, okul yönetiminde kilit role sahip olmaları bakımından önem taşımaktadır. Eğitim alanındaki gelişmeler okul yöneticilerinden beklentilerin değişmesine sebep olmuş ve bu durum birçok bilimsel araştırmada yerini almıştır.

Okul yöneticisinin yetki, görev ve sorumluluklarının bilincinde olması ve bunları okul örgütünde etkili bir şekilde kullanabilmesi önem taşımaktadır (Bursalıoğlu, 2002). Okul yöneticilerinin görevleri; eğitim ihtiyaçlarını belirlemek ve bu ihtiyaçları karşılamak, kurum ve çevresini geliştirmek amacıyla diğer kurumlar ile iş birliği yapmak, Milli eğitim politikası kapsamında çalışmalar gerçekleştirmek, öğretmen, öğrenci ve personel arasında uyum sağlamak ve onların mesleki gelişimlerine destek olmak, eğitim-öğretim programlarının oluşturulmasına katkı sağlamak ve bu süreci değerlendirmektir (MEB, 1987). Eğitim alanındaki gelişmeler okul yöneticilerinin, kurumun misyon ve vizyonunu belirleme, problem çözme ve verimli bir okul iklimi oluşturma gibi mevzuata ek olarak yeni görevler edinmesini sağlamıştır (Şişman, 2018). Yöneticilerin gücünü örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesi amacıyla kullanması yetki olarak tanımlanmaktadır (Taymaz, 1985). Okul yöneticilerinin yetkileri sosyal ve yasal olmak üzere iki boyuttan oluşur (Bursalıoğlu, 2002). Okul yöneticileri okuldaki işleri yetkilerini kullanarak gerçekleştirir (Özdemir, 2012). Okul yöneticilerinin işleri yürütmesi ile ilgili olan zorunlulukları ise sorumluluklarını ifade etmektedir (Başaran, 1996). Okul yöneticilerinin sorumlulukları; okuldaki çalışmaları değerlendirme, soruşturma ve denetleme, eğitime uygun bir fiziki ortam geliştirme, olumlu bir okul iklimi oluşturma, okulun stratejik planını hazırlama ve bunun uygulanmasını sağlama olarak belirtilmektedir (Dal ve Şirin, 2019).

Okulun yönetimi, okul yöneticilerinin rol, yeterlik ve liderliklerinden etkilenmektedir. Eğitimde hedeflenen noktaya ulaşmada okul yöneticilerinin yönetim rolünü en etkili biçimde gerçekleştirmesi önem taşımaktadır (Gürsel, 2005). Statüsü olan bireylerden beklenen davranış biçimi rol olarak tanımlanır (Katz ve Kahn, 1977). Yöneticilerin rolleri, onların sahip olduğu yetki ve haklar ile ortaya çıkar (Ilgar, 1996). Mavi ve Özdemir’e göre (2020) okul yöneticilerinin rolleri, proje yürütücülüğü yapma, bilgi toplama ve bu bilgileri paydaşlara sunma, liderlik yapma olarak belirlenmiştir. Okulun amaçlarına ulaşmasında okul yöneticilerinin öğretim ve yönetim ile ilgili sahip olduğu yeterlikler önem taşımaktadır (Balci, 1988a; Öztürk, 2019). Katz’a (1974) göre yöneticiler, teknik, kavramsal ve insancıl yeterliklere sahip olmalıdır. Okul yöneticileri bu yeterliklere ne kadar sahipse o örgüt o kadar etkili ve başarılı çalışmalar gerçekleştirecektir (Bülbül ve Türkmenoğlu, 2015). Ayrıca okul yöneticilerinden okulda planlanan çalışmaların gerçekleştirilmesi sürecine liderlik etmesi beklenmektedir (Şişman, 2018). Yukl’a göre (2011) liderlik, örgütteki kişilerin iletişimini ve çalışmalarını örgütün amaçları doğrultusunda yönlendirebilme sürecidir. Dönüşümcü, etik, vizyoner, otokratik, otantik, işbirlikçi, öğretimsel, demokratik ve teknolojik gibi liderlik stilleri bulunmaktadır. Okul yöneticileri bu liderlik stillerinden kendilerine uygun gördüğü liderliği benimseyebilir (Aktaş ve Özgenel, 2020). Yirmi birinci yüzyıl yeterlikleri, okul yöneticilerinin liderlik özelliği göstermesi gerektiğine vurgu yapmaktadır (Şişman, 2018). Liderlik özelliği

gösteren ve örgütte etkisini hissettirebilen bir yönetici, eğitimdeki yenilikleri kurumunda en etkili şekilde gerçekleştirecektir (Erçetin, 1998).

Eğitim yönetimi alanındaki yeniliklerin kurumlardaki uygulayıcısı okul yöneticileridir. Yönetim alanındaki yenilik ve değişmelerin okullarda uygulanabilmesi için okul yöneticilerinin yetkileri, sorumlulukları, seçilme, yetiştirilme ve atanma süreçleri, rolleri, görevleri, yeterlikleri ve liderlikleri önem taşımaktadır. Literatürde eğitim alanındaki çalışmalar incelendiğinde okul yöneticilerinin liderliğini (Marks ve Printy, 2003; Prince, 2006; Grant, 2011; Gothard, 2015; Aydoğan, 2018; Artık, 2019 ; Gündüz, 2019; Zehir Gülebi, 2019; Mızrak Karcı, 2020), yeterliğini (Walker, 1985; Rouss, 1993; Terci, 2008; Akan ve Yalçın Yıldırım, 2014; Asar ve Tümkaya, 2016; Arıkan, 2018; Çamsarı, 2018; Özben Aksoy, 2019), rollerini (DiPaola & Walther-Thomas, 2003, Kanbur, 2009; Çarıkcı, 2018; Terzioğlu, 2019; Öztaban, 2020), yetkilerini (Karakol, 2016; Karahan, 2019), seçilmesini (Kuşkaya, 2016; Yücel, 2019), yetiştirilmesini (Küçükahmetoğlu, 2012; Gök, 2017) ve atanmasını (Güven Hastürk, 2017; Sayan, 2018) konu alan birçok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Ayrıca alanyazında liderlik konusunda yapılan tezlerin incelendiği (İsaoğulları, 2016), okul yöneticilerinin görevlendirilme sürecini konu alan makalelerin incelendiği (Konan, Çelik ve Çetin, 2018) ve eğitim yönetimi alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelendiği (Polat, 2010; İşçi, 2013; Uysal, 2013; Karaca, 2018; Köksal 2019; Öner, 2019; Alp ve Şen, 2021) araştırmalar bulunmaktadır. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı, lisansüstü tezlerin araştırma eğilimlerinin yalnızca okul yöneticileri bağlamında incelenecek olmasıdır. Okul yöneticileri konulu tezlerin kategorik olarak incelenmesinin, araştırmacıların bu kategorilerdeki eğilimlerinin belirlenmesini ve ileride yapılacak olan çalışmaların yeni içerik ve yöntemlerle kurgulanmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin kategorik olarak eğilimlerinin incelenmesidir. Bu genel amaç bağlamında oluşturulan aşağıdaki araştırma sorularına yanıt verilmeye çalışılmıştır:

- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin temalarına göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin tez türüne göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin araştırma yıllarına göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin araştırma modeline göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin örneklem türüne göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin örneklem büyüklüğüne göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin veri toplama araçlarına göre dağılımı nasıldır?
- Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin veri analiz tekniklerine göre dağılımı nasıldır?

2. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, veri kaynağı, verilerin toplanması ve analizi, araştırmanın etik boyutu ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama, geçmişe dayanan ya da günümüzde varlığını koruyan bir durumu olduğu gibi belgelemeyi temel alan bir araştırma

modelidir. Tarama araştırmacısı, yazılı belgeler gibi önceden tutulmuş farklı kaynaklardan elde ettiği verileri bütünleştiren yorumlayabilir (Karasar, 1982). Araştırma için tarama modelinin tercih edilmesinin sebebi, okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin Yüksek Öğretim Kurulu tez arşivinden alınarak, yapılan bilimsel araştırmalara bütüncül bir bakış açısıyla yaklaşılabileceğidir. Tezlerin belirlenen kategorilerde frekans ve yüzde değerleri gibi nicel verilerinin incelenecek olmasıdır.

2.2. Veri Kaynağı

Araştırmanın veri kaynağı Yüksek Öğretim Kurulunun tez arşivinden alınmıştır. Veri kaynağını oluştururken tez arşivinin tez tarama bölümüne okul ve yönetici, okul yöneticisi, okul yöneticileri anahtar kelimeleri yazılmıştır. Tez taraması sonucunda çıkan tezlerden okul yöneticileri ile ilgili yapılan ve 2015-2020 yılları arasında yazılan 489 lisansüstü tez çalışmaya dahil edilmiş, erişime açık olmayan 8 lisansüstü tez ise incelemeye alınamamıştır.

2.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verilerinin toplanmasında belgesel tarama yöntemi kullanılmıştır. Kayıt ve belgelerin belirli bir amaç doğrultusunda incelenmesi belgesel tarama olarak adlandırılmaktadır (Karasar, 1982). Yüksek Öğretim Kurulu’nun tez arşivinde yer alan, okul yöneticileri konulu ve ulaşılabilir durumdaki tezler bilgisayar ortamına pdf formatında indirilmiştir. Bu tezler Karadağ’a (2009) ait olan Akademik Yayın Değerlendirme Formunun ölçütleri doğrultusunda incelenmiştir. Araştırmanın veri analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek’e göre (2005) bu yöntemde çalışmanın verileri temalara uygun olarak düzenlenir ve yorumlanır. Akademik Yayın Değerlendirme Formunun ölçütleri ile ilgili bilgiler SPSS programına aktarılmıştır. Form ölçütlerinde yer alan bilgilerin yüzde ve frekans değerlerinin analizi yapılmıştır.

2.4. Araştırmanın Etik Boyutu

Araştırmaya başlanmadan önce T.C. Maltepe Üniversitesi Etik Kurulundan 18.06.2021 tarihli, 2021/17-03 sayılı etik kurulu onayı alınmıştır. Kapsam geçerliğinin belirlenmesi amacıyla kullanılacak formun içeriği ve formun uygulanmasıyla ilgili olarak eğitim bilimleri alanındaki 3 uzmandan görüş alınmıştır. Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için, araştırmaların yöntem bölümündeki içeriklerine yorum katılmadan ve düzeltme yapılmadan, içerik bilgileri olduğu haliyle programa işlenmiştir.

3. Bulgular

Bu bölümde Türkiye’de okul yöneticileri konusunda 2015-2020 yılları arasında yazılan lisansüstü tezlerin kategorik olarak analizinin gerçekleştirilmesi neticesinde elde edilen bulgulara tablolar halinde yer verilmiştir.

3.1. Lisansüstü Tezlerin Temalarına Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin temalarına göre dağılımları Tablo 3.1’de sunulmuştur.

Tablo 3.1. Lisansüstü tezlerin temalarına göre dağılımları

Tema	<i>f</i>	%
Eğitimde Liderlik	81	16,6
Yönetici Özellikleri	79	16,2
Eğitim-Öğretim Süreci	57	11,7
Okul Psikolojisi	47	9,6
Örgütsel Davranış ve İletişim	46	9,4
Eğitimde Yenileşme ve Değişim	44	9,0
İdari Yapılaşma ve Yasal Düzenlemeler	29	5,9
Eğitimde Güç ve Politika	28	5,7
Eğitim Yönetimi	23	4,7
Örgüt Kültürü ve İklimi	21	4,3
Okula Toplumsal Katılım	14	2,9
Okullarda İşletme	11	2,2
Eğitimde Teftiş ve Denetim	9	1,8
Toplam	489	100,0

Tablo 3.1’de belirtildiği üzere veri kaynağındaki okul yöneticilerine yönelik lisansüstü tezlerde en fazla eğitimde liderlik ($f=81$), yönetici özellikleri ($f=79$), eğitim-öğretim süreci ($f=57$), okul psikolojisi ($f=47$), örgütsel davranış ve iletişim ($f=46$) temalarının çalışıldığı görülmektedir. İncelenen tezlerde en az tercih edilen temaların ise sırasıyla eğitimde teftiş ve denetim ($f=9$), okullarda işletme ($f=11$) ve okula toplumsal katılım ($f=14$) olduğu görülmektedir.

3.2. Lisansüstü Tezlerin Tema Kategorisine Ait İçerikleri

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin tema kategorisine ait içerikleri Tablo 3.2’de sunulmuştur.

Tablo 3.2. Tema kategorisine ait içerikler

Tema	İçerik
Eğitim-Öğretim Süreci	Değerler eğitimi, Eğitim teknolojileri, Sınıf yönetimi, Okul başarısı, Okul sporları, Göçmen çocukların eğitimi, Öğrenci merkezli eğitim, Bilgisayar destekli eğitim, Suriyeli öğrencilerin eğitimi, Okul rehberlik hizmetleri, Program okuryazarlığı, Kesintili ve zorunlu eğitim, Destek eğitim, Bilgi güvenliği, Açık öğretime geçiş, Eğitim programı, MEBBİS uygulaması, FATİH Projesi, Kodlama eğitimi, Öğretim programı, Yabancı dil ağırlıklı sınıf uygulaması, STEM eğitimi, Eğitim-öğretim işleri, Dil konuşma bozukluğu, Seçmeli ders uygulaması, Mevsimlik tarım işçisi çocukların eğitimi, DYS uygulaması, Beden eğitimi dersi, İmam hatip okulları, Dil öğretimi, Disiplin uygulamaları, Özel eğitim, Üstün zekalı öğrenci eğitimi.
Eğitimde Liderlik	Teknolojik liderlik, Paternalist liderlik, Etik liderlik, Dönüşümcü liderlik, Kültürel liderlik, Çevik liderlik, Dağıtımçı liderlik, Öğretimsel liderlik, Hizmetkar liderlik, Vizyoner liderlik, Kuantum liderlik, Açık liderlik, Eğitim liderliği, Etkileşimsel liderlik, Pedagojik liderlik, Girişimci liderlik, Takım liderliği, Yönetimsel liderlik, Etik dışı liderlik, Ruhsal liderlik, Stratejik liderlik, Entelektüel liderlik, Sosyal-Duygusal liderlik, Otantik liderlik, Holistik liderlik, Etkili liderlik, Toksik liderlik, Esnek liderlik, Liderlik yönelimi, Liderlik tarzı, Liderlik kapasitesi, Liderlik davranışı, Liderlik stratejisi.
Okul Psikolojisi	İş doyumu, Stres, Psikolojik sözleşme, Motivasyon araçları, Psikolojik dayanıklılık, Çalışma tutkunluğu, Yaşam doyumu, Cam tavan sendromu, Duygusal zeka, İşyeri mutluluğu, Psikolojik sermaye, Eleştirel pedagoji, İşkoliklik, Motivasyon, Tükenmişlik, Benlik saygısı, Pozitif-negatif duygular, Mobing, Psikolojik güçlendirme, İş-yaşam dengesi, Psikolojik iyi olma, İstismar, Siber zorbalık, Duygusal iş yükü, Yılmazlık, Akran zorbalığı, Kaygı, Duygusal emek.
Yönetici Özellikleri	Yönetici özellikleri, Rol, Beceri, Girişimcilik, Yeterlik, Kişisel gelişim, Öz yeterlik, Saygınlık, Mizaç, Değerler, Mizah davranışı, Düşünme stili, Yaratıcılık, Mesleki kimlik, Kadın yöneticiler, Tutum, İş performansı, Kişilik özellikleri, Özgüven.
Örgütsel Davranış ve İletişim	Örgütsel adalet, Örgütsel narsizm, İnförmel iletişim, Örgütsel sosyalleşme, Örgütsel güven, Örgütsel zeka, Mesleki yardım, Örgütsel özgüven, Mesleki etik, Örgütsel sessizlik, Algı, Örgütsel depresyon, İletişim, Örgütsel bağlılık, Pozitif örgütsel davranış, Yönetimsel davranış, Motivasyonel dil, Örgütsel yaratıcılık, Etkileme davranışı, Değişim sinizmi, Örgütsel değer, Rol model, İşe bağlılık, Erteleme davranışı, Örgütsel muhalefet, Sosyal zeka, Sosyal sermaye, Risk alma davranışı, İlişki davranışları, Kayırmacılık davranışı, Sosyal takas, Sanal kaytarma, Örgütsel özdeşleşme.
Eğitim Yönetimi	Yönetim Felsefesi, Yönetim anlayışı, Okul yöneticiliği, Anaokulunda yönetim, Yönetim tarzı, Eğitim felsefesi, Okul yönetimi, Yönetim kuramları, Yetenek yönetimi, Yönetim süreçleri (karar verme, planlama, çatışma çözme v.b.), Farklılıkların yönetimi, Algı yönetimi, Kariyer yönetimi, Yönetişim, Yönetim biçimi, Yönetim paradigması, Epistemolojik inanç, Yöneticiden beklentiler.
İdari Yapılaşma ve Yasal Düzenlemeler	Mevzuat, Yöneticiliğe başlama, Okul toplantıları, Yönetimsel sorumluluk, Çocuk Hakları Sözleşmesi (ÇHK), Yöneticiliği tercih etme, Yöneticilik görev süresi, Emeklilik, Yönetici seçimi, Nöbetçi öğretmenlik uygulaması, Yönetici görevlendirme, Yönetici atama, Öğretmenlik mesleği, Yönetici yetiştirme, Kurumsal itibar, Performansa dayalı ücretlendirme, Yöneticilikte öğretmen geçmişine sahip olma, Göreve geliş biçimi, Ücretli öğretmenlik, Yöneticilerin çalışma koşulları, Serbest kıyafet uygulaması.
Okula Toplumsal Katılım	Veli toplantıları, Yönetici-veli iletişimi, Sendikalar, Velilerin yönetici algıları, Sosyal medyada tanıtım, Paydaş profilleri, MEB ödül sistemi, Okul-veli uyumsuzluğu, MEB hizmetinden yararlanma, Siber sağlık, Velilerin beklentileri, MEB teşkilatı.
Eğitimde Yenileşme ve Değişim	Okulu iyileştirme, Öğrenen okul, Etkili okul, Mesleki gelişim, Bireysel yenilikçilik, Değişimde dirençle başa çıkma, Yenilikçi yönetim, Profesyonel öğrenme, Örgütsel değişim, Lisansüstü eğitim, Değişim eğilimi, Hizmet içi eğitim, Yöneticilerin etkililiği, Y kuşağı özellikleri, Kariyer engelleri, İkinci üniversite okuma, Değişime hazırbulunuşluk, Performans değerlendirme, Mesleki deneyim.
Eğitimde Teftiş ve Denetim	Eğitim denetimi, İç denetim, Soruşturma görevi, İdari denetim, Denetim stili, Etkili teftiş, Yöneticilerin değerlendirilmesi, Denetim odağı.
Örgüt Kültürü ve İklimi	Okul kültürü, Akademik iyimserlik, Okul iklimi, Toplumsal cinsiyetçilik, Kültürel sermaye, Okullarda kuşaklararası iklim.
Okullarda İşletme	Hesap verilebilirlik, Stratejik planlama, İş sağlığı ve güvenliği, Okul-bahçe düzenlemeleri, Okul güvenliği.
Eğitimde Güç ve Politika	Demokrasi algısı, Demokratik okul, Güç kaynakları, Rotasyon, Uluslararası Bakalorya, Örgütsel vatandaşlık, Politik taktikler, Eğitim sistemi, Küresel vatandaşlık, Demokratik Tutum ve Davranış, Mikro-politik strateji, Karşılaştırmalı Eğitim, Güç, Politik yeti, Güç mesafesi, Gücü kullanma biçimleri, Güç stili.

3.3. Lisansüstü Tezlerin Tez Türüne Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin tez türüne göre dağılımları Tablo 3.3'te sunulmuştur.

Tablo 3.3. Lisansüstü tezlerin tez türüne göre dağılımları

Tez Türü	<i>f</i>	%
Yüksek Lisans	436	89,2
Doktora	53	10,8
Toplam	489	100,0

Tablo 3.3'te görüldüğü üzere araştırma kapsamına alınan yıllar arasında okul yöneticileri ile ilgili 489 lisansüstü tez yazılmıştır. Bu tezlerden çoğunluğunu ise yüksek lisans tezleri ($f=436$) oluşturmaktadır. Doktora tezleri ($f=53$) daha az sayıda çalışılmıştır.

3.4. Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yılına Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin araştırma yılına göre dağılımları Tablo 3.4'te sunulmuştur.

Tablo 3.4. Lisansüstü tezlerin araştırma yılına göre dağılımları

Yıl	<i>f</i>	%
2015	97	19,8
2016	62	12,7
2017	49	10,0
2018	67	13,7
2019	154	31,5
2020	60	12,3
Toplam	489	100,0

Tablo 3.4'te belirtildiği üzere veri kaynağındaki araştırma sayısının yıllara göre çoktan aza doğru sıralamasının 2019 ($f=154$), 2015 ($f=97$), 2018 ($f=67$), 2016 ($f=62$), 2020 ($f=60$) ve 2017 ($f=49$) yılı şeklinde olduğu görülmektedir. En az araştırma yapılan yıl 2017, en fazla araştırma yapılan yıl ise 2019 olmuştur. Yazılan tez sayısı, 2019 yılına ($f=154$) kıyasla 2020 yılında ($f=60$) büyük oranda azalmıştır. Yıl bazında bakıldığında yapılan tez sayısı düzenli bir biçimde artmamış ve azalmamıştır.

3.5. Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemine Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımları Tablo 3.5'te sunulmuştur.

Tablo 3.5. Lisansüstü tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımları

Yöntem	<i>f</i>	%
Nicel	357	73,0
Nitel	90	18,4
Karma	42	8,6
Toplam	489	100,0

Tablo 3.5'te görüldüğü üzere veri kaynağındaki okul yöneticilerine yönelik lisansüstü tezlerde en fazla nicel ($f=357$) araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu bulguyu, nitel ($f=90$) ve karma ($f=42$) araştırma yöntemi izlemektedir.

3.6. Lisansüstü Tezlerin Araştırma Modeline Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin araştırma modeline göre dağılımları Tablo 3.6'da sunulmuştur.

Tablo 3.6. Lisansüstü tezlerin araştırma modeline göre dağılımları

Araştırma Modeli	f	%
Tarama	330	67,5
Olgu Bilim	47	9,6
Durum Çalışması	22	4,5
Tarama-Belirtilmemiş	11	2,2
Tarama-Durum Çalışması	7	1,4
Nedensel Karşılaştırma	6	1,2
Tarama-Olgu Bilim	6	1,2
Olgu Bilim-Belirtilmemiş	2	0,4
Deneysel	1	0,2
Doküman Analizi	1	0,2
Durum Çalışması-Belirtilmemiş	1	0,2
Belirtilmemiş	55	11,2
Toplam	489	100,0

Tablo 3.6’da belirtildiği üzere veri kaynağında tercih edilen araştırma modellerinin çoktan aza doğru sıralamasının, tarama ($f=330$), olgu bilim ($f=47$), durum çalışması ($f=22$), tarama-belirtilmemiş ($f=11$), tarama-durum çalışması ($f=7$), nedensel karşılaştırma ($f=6$), tarama-olgu bilim ($f=6$), olgu bilim-belirtilmemiş ($f=2$), deneysel ($f=1$), doküman analizi ($f=1$), durum çalışması-belirtilmemiş ($f=1$) şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Araştırma modelinin belirtilmemiş ($f=55$) olduğu bazı tezler de bulunmaktadır. En fazla kullanılan araştırma modelleri durum çalışması, tarama ve olgu bilim; en az kullanılan araştırma modelleri ise doküman analizi ve deneyseldir.

3.7. Lisansüstü Tezlerin Örneklem Türüne Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin örneklem türüne göre dağılımları Tablo 3.7’de sunulmuştur.

Tablo 3.7. Lisansüstü tezlerin örneklem türüne göre dağılımları

Örneklem Türü	f	%
Öğretmen	187	38,2
Yönetici	185	37,8
Yönetici-Öğretmen	86	17,6
Yönetici-Öğretmen-Öğrenci	4	0,8
Yönetici-Öğrenci	4	0,8
Yönetici-Öğretmen-Öğrenci-Veli	3	0,6
Yönetici-Öğretmen-Veli	3	0,6
Veli	3	0,6
Doküman İncelemesi	2	0,4
Öğrenci	2	0,4
Okul Çalışanı	1	0,2
Yönetici-Eğitim Koordinatörü	1	0,2
Yönetici-Millî Eğitim Yöneticisi-Öğretmen-Alan Uzmanı	1	0,2
Yönetici-Müfettiş	1	0,2
Yönetici-Müfettiş-Öğretmen	1	0,2
Yönetici-Okutman	1	0,2
Yönetici-Öğretmen-Avukat	1	0,2
Yönetici-Öğretmen-Psikolojik danışman	1	0,2
Yönetici-Veli	1	0,2
Belirtilmemiş	1	0,2
Toplam	489	100,0

Tablo 3.7’de görüldüğü üzere veri kaynağındaki okul yöneticilerine yönelik lisansüstü tezlerde örneklem türü olarak öğretmen ($f=187$), yönetici ($f=185$), yönetici-öğretmen ($f=86$), yönetici-öğretmen-öğrenci ve yönetici-öğrenci ($f=4$), yönetici-öğretmen-öğrenci-veli, yönetici-öğretmen-veli ve veli ($f=3$), doküman incelemesi ve öğrenci ($f=2$), yönetici-müfettiş, okul çalışanı, yönetici-okutman, yönetici-veli, yönetici-müfettiş-öğretmen, yönetici-öğretmen-psikolojik danışman, yönetici-öğretmen-avukat, yönetici-millî eğitim yöneticisi-öğretmen-alan

uzmanı ve yönetici- $\text{e}\ddot{\text{g}}\text{it}im$ koordinatörü ($f=1$) tercih edilmiştir. İncelenen tezlerde örneklem türünün belirtilmemiş ($f=1$) olduğu bir çalışma da bulunmaktadır. Araştırmalarda örneklem türü olarak en fazla öğretmenler tercih edilmiştir. Bu bulguyu, yönetici ve yönetici- $\text{ö}\ddot{\text{g}}\text{retmen}$ örneklem türü izlemektedir.

3.8. Lisansüstü Tezlerin Örneklem Büyüklüğüne Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin örneklem büyüklüğüne göre dağılımları Tablo 3.8’de sunulmuştur.

Tablo 3.8. Lisansüstü tezlerin örneklem büyüklüğüne göre dağılımları

Örneklem Büyüklüğü	f	%
0-50 kişi	80	16,4
501-750 kişi	53	10,8
301-350 kişi	50	10,2
201-250 kişi	43	8,8
351-400 kişi	41	8,4
251-300 kişi	40	8,2
51-100 kişi	35	7,2
401-450 kişi	35	7,2
451-500 kişi	32	6,5
101-150 kişi	25	5,1
151-200 kişi	25	5,1
751-999 kişi	16	3,3
1000 kişi ve üzeri	12	2,5
Belirtilmemiş	2	0,4
Toplam	489	100,0

Tablo 3.8’de görüldüğü üzere veri kaynağındaki okul yöneticilerine yönelik lisansüstü tezlerde örneklem büyüklüğü olarak 0-50 kişi ($f=80$), 501-750 kişi ($f=53$), 301-350 kişi ($f=50$), 201-250 kişi ($f=43$), 351-400 kişi ($f=41$), 251-300 kişi ($f=40$), 51-100 kişi ve 401-450 kişi ($f=35$), 451-500 kişi ($f=32$), 101-150 kişi ve 151-200 kişi ($f=25$), 751-999 kişi ($f=16$), 1000 kişi ve üzeri ($f=12$) tercih edilmiştir. İncelenen tezlerde örneklem büyüklüğünün belirtilmemiş ($f=2$) olduğu çalışmalar da bulunmaktadır. En sık tercih edilen çalışma grubunun 0-50 kişi, en az tercih edilen çalışma grubunun ise 1000 kişi ve üzeri olduğu görülmektedir.

3.9. Lisansüstü Tezlerin Veri Toplama Araçlarına Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin veri toplama araçlarına göre dağılımları Tablo 3.9’da sunulmuştur.

Tablo 3.9. Lisansüstü tezlerin veri toplama araçlarına göre dağılımları

Veri Toplama Araçları	f	%
Ölçek	279	57,1
Görüşme Formu	83	17,0
Anket	42	8,6
Ölçek-Görüşme Formu	31	6,3
Ölçek-Envanter	23	4,7
Anket-Görüşme Formu	11	2,2
Envanter	5	1,0
Ölçek-Anket	5	1,0
Ölçek-Görüşme Formu-Envanter	2	0,4
Anket-Envanter	1	0,2
Belgesel Tarama	1	0,2
Belgesel Tarama-Gözlem Formu	1	0,2
Görüşme Formu-Belgesel Tarama-Gözlem Formu	1	0,2
Ölçek-Anket-Görüşme Formu	1	0,2
Ölçek-Görüşme Formu-Başarı Testi	1	0,2
Ölçek-Kişilik Testi	1	0,2
Belirtilmemiş	1	0,2
Toplam	489	100,0

Tablo 3.9’da belirtildiği üzere veri kaynağındaki okul yöneticilerine yönelik lisansüstü tezlerde veri toplama aracı olarak ölçek ($f=279$), görüşme formu ($f=83$), anket ($f=42$), ölçek-görüşme formu ($f=31$), ölçek-envanter ($f=23$), anket-görüşme formu ($f=11$), envanter ve ölçek-anket ($f=5$), ölçek-görüşme formu-envanter ($f=2$), ölçek-kişilik testi, anket-envanter, ölçek-görüşme formu-başarı testi, belgesel tarama, ölçek-anket-görüşme formu, belgesel tarama-gözlem formu ve görüşme formu-gözlem formu-belgesel tarama ($f=1$) tercih edilmiştir. İncelenen tezlerde veri toplama araçlarının belirtilmemiş ($f=1$) olduğu bir çalışma da bulunmaktadır. Çalışmalarda çoğunlukla ölçeğin kullanıldığı görülmektedir. Görüşme formu ve anket ise ölçekten sonra en çok tercih edilen veri toplama aracı olmuştur.

3.10. Lisansüstü Tezlerin Veri Analiz Tekniklerine Göre Dağılımları

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerin veri analiz tekniklerine göre dağılımları Tablo 3.10’da sunulmuştur.

Tablo 3.10. Lisansüstü tezlerin veri analiz tekniklerine göre dağılımları

Veri Analiz Teknikleri	<i>f</i>	%
Parametrik	261	53,4
Nonparametrik	96	19,6
İçerik Analizi	59	12,1
Birden Fazla Veri Analiz Tekniği	42	8,6
Betimsel Analiz	31	6,3
Toplam	489	100,0

Tablo 3.10’da görüldüğü üzere veri kaynağındaki okul yöneticilerine yönelik lisansüstü tezlerde veri analiz teknikleri olarak; parametrik ($f=261$), nonparametrik ($f=96$), içerik analizi ($f=59$), birden fazla veri analiz tekniği ($f=42$) ve betimsel analiz ($f=31$) kullanılmıştır. Nicel yöntemli çalışmalarda yoğunluklu olarak parametrik test teknikleri, karma yöntemli araştırmalarda birden fazla veri analiz tekniği, nitel yöntemli çalışmalarda ise daha çok içerik analizi tercih edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de okul yöneticileri konusunda 2015-2020 yılları arasında yazılan lisansüstü tezlerin kategorik olarak eğilimlerini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

Okul yöneticileri konulu araştırmalarda örgütsel davranış, eğitimde liderlik, okul psikolojisi, eğitim-öğretim süreci ve yönetici özellikleri temalarına ağırlık verildiği görülmüştür. En az çalışılan temalar ise eğitimde teftiş ve denetim, okula toplumsal katılım ve okullarda işletme olmuştur. Alanyazında bu araştırmanın bulgularını destekleyen benzer çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Gülmez ve Yavuz (2016) çalışmalarda en fazla eğitimde liderlik temasının tercih edildiğini, Aydın, Erdağ ve Sarier (2010) araştırmacıların son yıllarda örgütsel davranış ve liderlik temalarını daha fazla tercih ettiklerini, Balcı ve Apaydın (2007) araştırmalarda okul süreçleri temasına ağırlık verildiğini, Uysal (2013) ise eğitim yönetimi alanındaki çalışmalarda eğitim denetimi, okul çevre ilişkileri, eğitim ekonomisi ve planlaması temalarının en az tercih edilen temalar olduğunu tespit etmiştir. Yirmi birinci yüzyılın yeterlilikleri doğrultusunda okul yöneticilerinin liderlik becerisine sahip olması gerekmektedir (Şişman, 2018). Bundan dolayı incelenen tezlerde eğitimde liderlik ve yöneticilerin sahip olduğu rol, yeterlik ve beceri kavramlarını içeren yönetici özellikleri temalarının sıklıkla çalışıldığı düşünülmektedir.

Okul yöneticileri konulu araştırmaların çoğunluğunu yüksek lisans tezlerinin oluşturduğu görülmüştür. Literatürde bu araştırmanın bulgularını destekleyen benzer çalışmalar bulunmaktadır. Polat (2010) ve Köksal (2019) eğitimi yönetimi ve denetimi alanında yaptıkları çalışmalarda doktora tez sayısının, yüksek lisans tez sayısından daha az olduğunu saptamıştır. Doktora düzeyinde yapılan araştırma sayısının, yüksek lisans düzeyindeki araştırma sayısına

kıyasla daha az olması, ülkemizdeki doktora programlarının sınırlı sayıda olduğunu göstermektedir.

Okul yöneticileri ile ilgili olan lisansüstü tezlerin çoğu 2019, 2018 ve 2015 yıllarında yapılmıştır. Okul yöneticilerinin en az çalışıldığı yıl 2017, en sık çalışıldığı yıl ise 2019'dur. MEB 2019-2023 Stratejik Planının yönetim ve organizasyon alanında, okul yönetimine ilişkin mevzuatların düzensiz olduğu, yönetici atama sürecindeki ölçme ve değerlendirme çalışmalarında yetersizlik olduğu, okul yöneticiliği açısından kariyer sisteminin olmadığı ve kurum yöneticilerinin kurum bütçesini finanse etmede yetkinliğinin az olduğu belirtilmiştir (MEB, 2019). Bu durum okul yöneticileri konusunda 2019 yılında daha fazla çalışma yapılmasını açıklar niteliktedir. 2019 yılına kıyasla 2020 yılında okul yöneticileri ile ilgili yapılan tez sayısında büyük oranda azalma olduğu görülmektedir. Tez çalışmalarının azalmasının sebebi, 2020 yılında etkisini gösteren covid-19 salgını ile eğitim alanında ortaya çıkan belirsizlikler ve değişiklikler olabilir. Alanyazında bu araştırmanın bulgularını destekleyen benzer bir çalışma bulunmaktadır. Kaçaroğlu (2022), 2020 yılında pandeminin etkisi sebebiyle daha az bilimsel çalışma yapıldığını ifade etmektedir. Yıl bazında bakıldığında okul yöneticilerini konu alan tez sayısı düzenli bir biçimde artmamış ve azalmamıştır. Bu durum Karaca'nın (2018) çalışmasındaki bulgularla paralellik oluşturmaktadır. Okul yöneticileri, eğitim yönetimi alanındaki yenilikleri takip etme ve bu yenilikleri okullara entegre edebilme konularında büyük sorumluluğa sahiptir. Bu sebeple alanda yapılacak olan araştırmalarda okul yöneticilerinin çoğunlukla yer alması gerektiği düşünülmektedir.

İncelenen lisansüstü tezlerde en fazla nicel yöntem tercih edilmiştir. Nicel yöntemden sonra en çok tercih edilen araştırma yöntemi nitel yöntemdir. Karma yöntem ise en az kullanılan araştırma yöntemi olmuştur. Alanyazında bu araştırmanın bulgularını destekleyen benzer çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Köksal (2019) araştırmacıların daha çok nicel yöntemi tercih ettiğini; Akyol ve Yavuzkurt (2016) çalışmalarda karma yöntemin daha az çalışıldığını ifade etmektedir. Özdemir ve diğerleri (2021), yüksek lisans düzeyindeki karma yöntemli çalışmaların az olmasını, birçok yüksek lisans öğrencisinin karma yöntem araştırmalarını içeren bir ders almamasına ve karma yöntemli araştırmalarda nitel ve nicel boyutta çalışılmasının zahmetli olmasına bağlamaktadır. Kutanis, Bayraktaroğlu ve Yıldırım'ın (2007) çalışmasında ise, araştırmacılar; nitel yöntem kullanmalarının uzun zaman aldığını, nitel yöntemli çalışmalarda güvenilirlik açısından sorunlar olduğunu, nitel yöntem ve uygulamalarına hakim olmadıklarını belirtmişlerdir. Ülkemizde yapılan araştırmalarda çoğunlukla nicel yöntem kullanılmaktadır (Arık ve Türkmen, 2009). Bu durum Türkiye'de pozitivist anlayışın baskın olması ile de açıklanabilir. Pozitivist yaklaşımda nitel yöntemin bilimselliği sorgulanmaktadır. Ayrıca sosyal bilimler alanındaki lisansüstü ders içerikleri ve ders kitaplarında nicel araştırma yöntemleri ve istatistiksel analiz tekniklerine daha fazla yer verilmektedir (Sağlam Arı ve diğerleri, 2009). Yapılan bu araştırmalar, çalışmanın bulgularıyla paralellik göstermekte ve çalışmaların yöntem seçiminde nitel ve karma yöntemin geri planda kalmasının sebebini açıklamaktadır.

Okul yöneticileri konulu çalışmaların çoğunda araştırma modeli olarak durum çalışması, olgu bilim ve tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma modelleri içerisinde en az kullanılanlar ise doküman analizi ve deneysel olmuştur. Araştırmalarda nadiren de olsa nedensel karşılaştırma modelinin tercih edildiği görülmüştür. Karma yöntemin kullanıldığı çalışmaların bazılarında tarama-durum çalışması, tarama-olgu bilim gibi araştırmanın nitel ve nicel boyutlarının belirtildiği; çalışmaların bazılarında ise olgu bilim-belirtilmemiş, tarama-belirtilmemiş ve durum çalışması-belirtilmemiş gibi araştırmanın yalnızca tek bir boyutunun belirtildiği tezler olduğu görülmüştür. Araştırma modelinin belirtilmediği tezlerin olduğu da tespit edilmiştir. Literatürde bu çalışmanın bulguları ile paralellik gösteren araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin; Balcı (1988b) eğitim yönetimi çalışmalarında en fazla tarama modelinin kullanıldığını, Alp ve Şen (2021) eğitim yönetimi ve denetimi alanındaki çalışmalarda araştırmacılar tarafından en fazla tercih edilen araştırma modelinin tarama

olduğunu ve birçok çalışmada araştırma modelinin belirtilmediğini, Selçuk ve diğerleri (2014) nitel yöntemin kullanıldığı araştırmalarda durum çalışması ve olgu bilim modellerinin çoğunlukla tercih edildiğini, Öner (2019) en az tercih edilen araştırma modelinin doküman analizi olduğunu ve karma yöntemin kullanıldığı araştırmalarda tarama-durum çalışması modelinin daha fazla çalışıldığını, Şan (2020) karma yöntemle yapılan tezlerin nitel ve nicel boyutlarına ilişkin modellerin genellikle belirtilmediğini, Arık ve Türkmen (2009) çalışmalarda araştırma modellerinin belirtilmemesinin metodolojik açıdan eksiklik oluşturduğunu ifade etmektedir. Nicel yöntemin temel alındığı çalışmalarda deneysel modele kıyasla tarama modelinin daha fazla tercih edilmesinin nedeni, tarama modelinde kısa zamanda daha çok veri elde edilebilmesi olabilir. İncelenen tezlerde araştırma modeli bilgisine yer verilmeyen çalışmaların olduğu tespit edilmiştir. Literatürde çalışmalara konu olan bu durumun son yıllarda daha sık gözlenmesi, araştırmacıların çalışmalarının yöntem bölümüne ağırlık vermesi gerektiğinin bir göstergesidir.

Okul yöneticileri konulu tezler örneklem türü açısından incelendiğinde en çok tercih edilen grubun yönetici-öğretmen, öğretmen ve yönetici olduğu görülmüştür. Yönetici-eğitim koordinatörü, yönetici-müfettiş, yönetici-okutman, yönetici-müfettiş-öğretmen, yönetici-öğretmen-psikolojik danışman, okul çalışanı, yönetici-veli yönetici-öğretmen-avukat, yönetici-millî eğitim yöneticisi-öğretmen-alan uzmanı ve öğrenci gibi farklı örneklem türü seçiminin yapıldığı araştırmalar da bulunmaktadır. Alanyazında bu araştırmanın bulgularını destekleyen benzer çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Gizir ve Köle (2009) eğitim yönetimi alanı kapsamında yaptığı araştırmada en çok tercih edilen örneklem türünün öğretmenler olduğunu, İsaogulları (2016) liderlik teması çerçevesinde yürüttüğü çalışmada örneklem türü seçiminde öğretmenlerin ön planda olduğunu ifade etmektedir. Araştırmacılar çalışmalarının içeriğinde, öğretmenlere kolay ulaşılmasından dolayı bu grubu örneklem türü olarak tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Örneklem türü seçiminde öğretmenlerin yoğunlukta olması bu durum ile açıklanabilir. Öğretmenlerden sonra en fazla çalışılan örneklem türü okul yöneticileridir. Bunun sebebi bu çalışmada okul yöneticileri konulu tezlerin temel alınmasıdır. Müfettiş, millî eğitim yöneticileri ve eğitim koordinatörlerine ulaşım zorluğundan dolayı bu grupların örneklem türü seçiminde ön planda olmadığı düşünülmektedir. Hâlbuki eğitim alanında önemli birtakım sorumluluklara ve görevlere sahip olan bu kişilerin örneklem olarak seçilmesi çalışmalara yeni bir bakış açısı kazandırabilir.

Okul yöneticileri konulu araştırmalara örneklem büyüklüğü açısından bakıldığında en fazla tercih edilen çalışma grubunun 0-50 kişi olduğu görülmüştür. Sonrasında en yoğun olan çalışma grubu 301-350 ve 501-750 kişi olarak göze çarpmaktadır. 1000 kişi ve üzeri örneklem büyüklüğüne sahip olan çalışmaların ise sayısı azdır. Araştırmaların bir kısmında ise örneklem büyüklüğü bilgisine yer verilmemiştir. Araştırmanın bu sonuçlarıyla benzerlik gösteren başka çalışmalara da literatürde yer verilmiştir. Örneğin; Öner (2019) ve İşçi (2013) en fazla tercih edilen örneklem büyüklüğünün 301-400 kişi olduğunu, Uysal (2013) ise örneklem büyüklüğünün 301-1000 aralığında yoğunlaştığını tespit etmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinde küçük örneklem seçimi ile detaylı bilgilere ulaşılabilir (Patton, 2014). Bu sebeple nitel araştırmaların çalışma grubunda 0-50 kişinin daha fazla tercih edildiği söylenebilir. İncelenen araştırmalarda nicel yöntemin ağırlıkta olması, örneklem büyüklüğünün 501-750 ve 301-350 aralığında yoğunlaşmasına sebep olmuştur.

İncelenen tezlere veri toplama araçları açısından bakıldığında veri toplama araçlarında çeşitlilik olduğu görülmektedir. Okul yöneticileri konulu tezlerde ağırlıklı olarak görüşme formu, ölçek ve anketten yararlanılmıştır. Çalışmalarda birden fazla veri toplama aracı olarak ölçek-anket-görüşme formu, belgesel tarama, ölçek-kişilik testi, görüşme formu-belgesel tarama-gözlem formu, belgesel tarama-gözlem formu, ölçek-görüşme formu-başarı testi ve anket-envanter az sayıda kullanılmıştır. Alanyazında bu çalışmanın bulgularıyla paralellik gösteren başka araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin; Köksal (2019) araştırmalarda en sık

kullanılan veri toplama araçlarının ölçek, görüşme formu ve anket olduğunu, İşçi (2013) ise çalışmasında, en sık kullanılan veri toplama aracının ölçek olduğunu tespit etmiştir.

Okul yöneticileri konulu lisansüstü tezlerden nicel yöntemli olanlarında en çok parametrik test tekniklerinin, nitel yöntemli olanlarında en çok içerik analizinin ve karma yöntemli olanlarında ise birden fazla veri analiz tekniğinin kullanıldığı görülmektedir. Literatürde bu çalışmanın bulguları ile paralellik gösteren araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin; Gülmez ve Yavuz (2016) liderliğin eğitim yönetimi ile ilişkisini incelediği çalışmasında araştırmacıların çoğunlukla içerik analizini kullandıklarını, Ağaoğlu ve diğerleri (2008) okul yönetimi konusunda yapılan tezleri incelediği çalışmasında en fazla kullanılan veri analiz tekniğinin parametrik testler olduğunu, Şan (2020) karma yöntemli araştırmaları incelediği çalışmasında karma yöntemli çalışmalarda birden fazla veri analiz tekniğinin uygulandığını tespit etmiştir. Karma yöntemle oluşturulan araştırmaların veri analizinde birden fazla veri analiz tekniğinden yararlanılmasının, nitel ve nicel boyutta verilerin elde edilmesi sebebiyle gerçekleştiği düşünülmektedir. Araştırmalarda kullanılacak veri analiz tekniğinin seçiminde; verinin niteliği, çalışma yöntemi, örneklem büyüklüğü ve veri dağılım özelliğinin etkili olduğu söylenebilir.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak, uygulayıcılara yönelik şu önerilerde bulunulabilir: Lisansüstü tezlerde eğitimde teftiş ve denetim, okula toplumsal katılım ve okullarda işletme gibi nadiren çalışılan ve daha özgün olan temalara öncelik verilebilir. Araştırmaların hem nitel ve hem nicel boyutlarının ele alındığı karma yöntemli çalışmaların artmasıyla daha ayrıntılı sonuç ve önerilere ulaşılması sağlanabilir. Araştırmalarda tercih edilen veri toplama araçları ve araştırma modelleri çeşitlendirilebilir. Örneklem türüne daha az dahil edilen gruplara araştırmalarda daha çok yer verilmesi ile çalışmalara farklı bakış açıları kazandırılabilir.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak, politika oluşturuculara yönelik şu önerilerde bulunulabilir: Lisansüstü eğitim programlarında nitel ve karma araştırma yöntemleri ağırlıklı olarak yer alabilir. Araştırma yapabilme becerisine sahip olan öğrenciler, doktora programlarına katılmaları için yönlendirilebilir ve bu durum doktora düzeyinde gerçekleştirilecek araştırmaların sayısını artırabilir. Doktora ve yüksek lisans programlarında metodoloji derslerinin yoğunlukta olması sağlanabilir.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak, araştırmacılara yönelik ise şu önerilerde bulunulabilir: Ülkemizde ve diğer ülkelerde okul yöneticileri konusunda yapılan lisansüstü tezlerin kategorik olarak eğilimlerinin incelenmesi ile araştırmaların ülkeler bazında karşılaştırılması yapılabilir. İncelemeye dahil edilmeyen örneklem seçim tekniği ile geçerlik ve güvenilirlik yöntemleri benzer bir çalışmada araştırılabilir. Okul yöneticilerini konu alan benzer çalışmalar belirli zaman aralığında tekrar yapılarak eğitim alanındaki değişimleri tespit edilebilir.

Kaynakça

- Ağaoğlu, E., Ceylan, M., Kesim, E., Madden, T. ve Altınkurt, Y. (2008). *Okul Yönetimi ile İlgili Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Akan, D. ve Yalçın Yıldırım, İ. (2014). Öğretmenlerin Algıladıkları Yönetici Yeterlik Davranışları ile İlköğretim Kurumları Yöneticilerinin İlişkileriyle İlgili Bilişsel Çarpıtmaları Arasındaki İlişki. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 187-207.
- Akbaşlı, S. ve Balıkcı, A. (2013). Okul Yöneticisi ve Öğretmen Görüşlerine Göre Okul Yöneticiliğinin Meslekleşmesinin Değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 366-377.
- Aktaş, A. ve Özgenel, M. (2020). Okul Müdürlerinin Liderlik Stillерinin Öğretmen Performansına Etkisi. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 3(2), 1-18.

- Akyol, B. ve Yavuzkurt, T. (2016). Türkiye’de Lisansüstü Tezlerde Eğitim Denetimi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 5(2), 908-926.
- Alp, Ö. ve Şen, S. (2021). Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalında Yapılan Nicel Tezlere İlişkin Bir Sistematik Derleme: 2009-2019. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 359-391.
- Arık, R. S. ve Türkmen, M. (2009). Eğitim Bilimleri Alanında Yayınlanan Bilimsel Dergilerde Yer Alan Makalelerin İncelenmesi. *1. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongresi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale*.
- Arıkan, K.M. (2018). *Değişim Sürecinde Okul Yöneticilerinin Öğretmenleri Motive Etme Yeterlikleri*. (Yüksek lisans tezi). Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Arnez, N. & Howard, B. (1982). *School-Based Administrator Networking and Professional Development Program for More Effective Schools*. ERIC ED 29854.
- Artık, L. (2019). *Okul Yöneticilerinin Liderlik ve Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Asar, Ç. ve Tümkaya, S. (2016). İlkokul Yöneticilerinin Yeterliliklerine İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 243-258.
- Aydın, A., Erdağ, C. ve Sarıer, Y. (2010). Eğitim Yönetimi Alanında Yayınlanan Makalelerin Konu, Yöntem ve Sonuçlar Açısından Karşılaştırılması. *Eurasian Journal of Educational Research*, 39, 37-58.
- Aydoğan, A.G. (2018). *Okul Yöneticilerinin Öğretimsel ve Yönetimsel Liderlik Davranışları: Polatlı Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Balcı, A. (1988a). Türkiye’deki İlk ve Orta Dereceli Okul Yöneticileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 21(1), 435-448.
- Balcı, A. (1988b). Eğitim Yönetimi Araştırmalarının Durumu: EAQ’de 1970-1985 Arasında Yapılan Araştırmalar. *A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 21(1), 421-434.
- Balcı, A. ve Apaydın, Ç. (2007). *Türkiye’de Eğitim Yönetimi Araştırmalarının Durumu: Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi Örneği. Eğitim Yönetimini Yeniden Düşünmek Kongresinde (21-22 Haziran 2007, Ataum’da) bildiri olarak sunuldu*.
- Başaran, İ.E. (1996). *Türkiye Eğitim Sistemi*. Ankara: Yargıcı Matbaası.
- Bursalıoğlu, Z. (2002). *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Bülbül, T. ve Türkmenoğlu, G. (2015). Okul Yöneticilerinin Göreve Geliş Biçimlerinin Okul Kültürüne Yansımaları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 526-549.
- Çamsarı, A. (2018). *Okul Yöneticilerinin Bilgi Yönetimi Yeterliliklerinin Belirlenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Çarıkcı, E. (2018). *Okul Yöneticilerinin Duygusal Zekâ Yeterliliklerini İş Yaşamında Kullanma Düzeyleri ile Duygusal Emek ve Çatışmayı Çözme Stratejileri Arasındaki İlişki (Bilecik İli örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Dal, S. ve Şirin, A. (2019). Okul Müdürlerinin Muhakkiklik Görevine İlişkin Görüşleri: Bağcılar, Bakırköy, Başakşehir, Esenler ve Zeytinburnu Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 11(3), 215-240.
- DiPaola, M. F. & Walther-Thomas, C. (2003). *Principals and Special Education: The Critical Role of School Leaders* (COPPSE Document No. IB-7). Gainesville: University of Florida, Center on Personnel Studies in Special Education.

- Erçetin, Ş.Ş. (1998). *Lider Sarmalında Vizyon*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Gizir, S. ve Köle, F. (2009). “Eğitim Yönetimi Alanında Liderlik Üzerine Yapılan Çalışmaların Kuram, Yöntem ve Ele Alınan Değişken Açısından İncelenmesi”, Denizli Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesinde 14-15 Mayıs 2009’da sunuldu, *IV. Ulusal Eğitim Yönetimi Kongresi Bildiriler Kitabı*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gothard, J. M. (2015). *High School Principal Instructional Leadership: The Four Domains of Leadership for School Improvement* (Order No. 3705694). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1692605037).
- Gök, R. (2017). *Türk Eğitim Sisteminde Meritokrasi ve Liyakat Esaslı Yönetici Yetiştirme, Atama, Değerlendirme Sistemi ile Liyakatlı Yönetici Niteliklerinin İncelenmesi: Bir Karma Yöntem Araştırması*. (Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Grant, C. P. (2011). *The Relationship Between Distributed Leadership and Principal's Leadership Effectiveness in North Carolina* (Order No. 3463701). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (879436568).
- Gülmez, D. ve Yavuz, M. (2016). Eğitim Liderliği ve Yönetimi Kapsamında 2012 Yılında Yayınlanmış Olan Makalelerin Amaç ve Yöntem Bakımından Değerlendirilmesi. *İlköğretim Online*, 15 (2), 318-329. DOI: 10.17051/ıo.2016.35708.
- Gündüz, T. (2019). *Öğretmen Algularına Göre Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri: Orta Karadeniz Bölgesi'nde Yapılan Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Gürsel, M. (2005). *Eğitim Yöneticisinin Yeterlikleri: Endüstri Meslek Lisesi Yöneticilerine İlişkin Bir Araştırma*. Konya: Eğitim Yayıncılık.
- Güven Hastürk, D. (2017). *Milli Eğitim Bakanlığına Bağlı Kamu Okullarına Yönetici Atama Sisteminin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- İlgar, L. (1996). *Eğitim Yönetimi Okul Yönetimi Sınıf Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- İsaoğulları, Y. (2016). *Eğitim Yönetimi ve Denetimi Alanında Yapılmış Lisansüstü Tez Çalışmalarının Liderlik Teması Açısından İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- İşçi, S. (2013). *Türkiye’de Eğitim Yönetimi Alanında Yapılmış Lisansüstü Tezlerin Tematik, Metodolojik ve İstatistiksel Açısından İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Kaçaroğlu, A. (2022). *Covid-19 Pandemi Sürecinde Eğitim Alanında Yapılan Yüksek Lisans Tezlerine İlişkin Bir İçerik Analizi (2020-2021)*. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Kahn R.L. & Katz D. (1977). *Örgütlerin Toplumsal Psikolojisi*. (Çeviri: H. Can ve Y. Bayar). Ankara: Doğan Basımevi.
- Kanbur, T. (2009). *İlköğretimde Veli Okul İşbirliğinin Geliştirilmesinde Yönetici Rollerini* (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Karaca, O. (2018). *Türkiye’de Eğitim Yönetimi Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlerin Metodolojik İncelemesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Karadağ, E. (2009). Sınıf öğretmenliği alanında yapılmış lisansüstü tezlerinin tematik açıdan incelemesi. B. Acat (Ed.) *8.Ulusal Sınıf Öğretmenliği Sempozyumu*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Eskişehir.
- Karahan, M. (2019). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Yetki Kullanımında ve Yetki Devrinde Yaşadıkları Sorunlar. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (3), 345-380.

- Karakol, O. E. (2016). *Okul Yöneticilerinin Yetki Kullanma Kaygısı ile Liderlik Kapasitelerine İlişkin Görüşleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Karasar, N. (1982). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Katz, R.L. (1974). *Skills of an Effective to Administrator*. Harvard Business Review.
- Konan, N., Çelik, O. ve Çetin, R. (2018). Türkiye’de Okul Yöneticisi Görevlendirme Sorunu: Bir Meta Sentez Çalışması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 92-113.
- Köksal, D. (2019). *Eğitim Yönetimi Alanında 2005-2018 Yılları Arasında Yürütölen Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Kuşkaya, V. (2016). *Okul Yöneticilerinin Seçiminde Kullanılan Ölçütlere İlişkin Öğretmen Görüşleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Kutaniş, R., Bayraktaroğlu S., ve Yıldırım, E. (2007). *Nitel araştırmanın dayanılmaz hafifliği-2: İdealler ve gerçekler*. 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri Kitabı, 233-243.
- Küçükahmetoğlu, M. (2012). *Türkiye’de Okullara Yönetici Yetiştirmenin Gerekliliği*. (Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Marks, H. M. & Printy, S. M. (2003). Principal Leadership and School Performance: An Integration of Transformational and Instructional Leadership. *Educational Administration Quarterly*, 39 (3), 370-397.
- Mavi, D ve Özdemir, M. (2020). Yönetici Rollerini Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(3), 918-937. DOI: 10.31592/aeusbed.710877.
- MEB (2014). *Milli Eğitim Bakanlığı Rehberlik ve Denetim Başkanlığı ile Maarif Müfettişleri Başkanlıkları Yönetmeliği*. (2014, 24 Mayıs). Resmi Gazete (Sayı: 29009). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/05/20140524-18.htm>
- MEB. (1987). *Yöneticiler Seminer Notları* (Teftiş Kurul Başkanlığı). Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Mızrak Karcı, M. (2020). Okul Yöneticilerinin Liderlik Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Milli Eğitim Dergisi*, 49 (227), 405-428.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2019). Milli Eğitim Bakanlığı 2019-2023 Stratejik Planı. Ankara: Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- Öner, Ö. (2019). *Türkiye’de Eğitim Denetimi Alanındaki Lisansüstü Eğitim Tezlerinin İncelenmesi (1990-2017)*. (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Özben Aksoy, Ç. (2019). *Okul Yöneticilerinin Değişimi Yönetme Yeterlilikleri*. (Yüksek lisans tezi). Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Özdemir, A., Tanoba, T., Karaokur, Ş. ve Tonyalı, Ö. (2021). Türkiye’de Eğitim Bilimleri Alanında Yapılan Karma Yöntem Tezlerde Tipolojik ve Yöntemsel Eğilimler. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 54 (54), 23-53. DOI: 10.15285/maruaabd.826728
- Özdemir, S. (2012). *Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Öztaban, A. (2020). *Okul Yöneticilerinin Teknoloji Liderliği Rollerini Yerine Getirme Düzeyleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

- Öztürk, K. (2019). *Ortaokul Öğretmenlerinin Algularına Göre Müdürlerin Yönetici Yeterlikleri ile Öğretmenlerin Psikolojik Dayanıklılık Düzeyleri Arasındaki İlişki*. (Yüksek Lisans Tezi). Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kırşehir.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (Çev. Ed. M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Pegem A.
- Polat, G. (2010). *Eğitim Yönetimi ve Denetim Anabilim Dalında Yapılmış Lisansüstü Tez Çalışmalarının İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Prince, T. M. (2006). *Alabama Practicing Principals: A Study of Perceptions of School Leaders Regarding Leadership Behaviors That are Most Effective for Administering Public Schools* (Order No. 3236795). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (305349105).
- Rouss, E. G. (1993). Essential Competencies for Independent School Leaders. (Ph. D. University Of Virginia). *Dissertation Abstract International*, 54 (5).
- Sağlam Arı, G., Armutlu, C., Güneri Tosunoğlu, N. ve Yücel Toy, B. (2009). Pozitivist ve Postpozitivist Paradigmalar Çerçevesinde Metodoloji Tartışmalarının Yönetim ve Pazarlama Alanlarına Yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 113-141.
- Sayan, İ. (2018). *Okul Yöneticisi Atama Türlerinin, Öğretmenler, Okul Yöneticileri ve Eğitim Öğretim Süreçleri Üzerine Etkilerinin Nitel Bir Analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Selçuk, Z., Palancı, M., Kandemir, M., ve DüNDAR, H. (2014). Eğitim ve Bilim Dergisinde Yayınlanan Araştırmaların Eğilimleri: İçerik Analizi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 39 (173).
- Şan, E. (2020). *Türkiye’de Eğitim Alanında Yayınlanan Karma Yönteme Dayalı Makalelerin İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Şişman, M. (2018). *Öğretim Liderliği*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Taymaz, H. (1985). *İlköğretim ve Ortaöğretim Okul Müdürleri İçin Okul Yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Terci, F. (2008). *İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Yönetici Yeterlik Davranışlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Terzioğlu, C. (2019). *İlkokullardaki Okul Yöneticilerinin Mintzberg'in Yönetici Rollerini Yerine Getirme Düzeylerinin Hesap Verebilirlik Açısından Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Uysal, Ş. (2013). *Türkiye’de Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Alanındaki Doktora Tezlerinin İncelenmesi*. (Doktora Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Walker, V. A. (1985). Special Education Administrators Perceived Competences in Areas of Special Education. *Texas Agricultural and Mechanical University Dissertation Abstracts International*, 50 (4).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yukl, G. (2011). *Örgütlerde Liderlik*. (Çeviri: Ş. Çetin ve R. Baltacı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yücel, M. (2019). *Okul Yöneticilerinin Yönetici Atamaya İlişkin Görüşleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Uşak Üniversitesi, Uşak.

Zehir Gülebi, N. (2019). *Sınıf Öğretmenlerinin Liderlik Alguları ve İlkokul Yöneticilerinden Bekledikleri Liderlik Davranışlarına İlişkin Görüşleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Amasya Üniversitesi, Amasya.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: T.C. Maltepe Üniversitesi Etik Kurulu

Tarih: 18.06.2021

No: 2021/17-03

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %60

2. yazar katkı oranı : %40



Kamu Yönetimi Paradigmaları Çerçevesinde Kamu Hizmeti Sunum Yöntemlerinin İncelenmesi

Examination of Public Service Delivery Methods in the Framework of Public Administration Paradigms

Doç. Dr. Ünal KÜÇÜK¹

Öz

Kamu hizmeti sunum yöntemlerinin şekillenmesinde ve tercihinde küresel gelişmelerle birlikte ülkelerin içerisinde buldukları siyasi, ekonomik, yönetsel şartlar belirleyici olmaktadır. Ancak çalışmada, diğer faktörler gözardı edilerek kamu yönetimi anlayışında meydana gelen değişim ile kamu hizmetlerinin sunum yöntem ve tekniklerinde meydana gelen dönüşüm arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın konusu, 'kamu hizmeti sunum modelleri ve kamu yönetimine hâkim paradigma arasındaki ilişki' olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacı, kamu yönetimi alanında meydana gelen düşünce değişimi ile kamu hizmeti anlayışında yaşanan değişiklikler arasındaki etkileşimi ortaya koymak ve bu etkileşimin niteliğini saptamaktır. Çalışmanın sınırlılıkları mekânsal açıdan Türkiye, zamansal açıdan geleneksel kamu yönetimi ve öncesi ile yeni kamu yönetimine (post-YKY'ye) kadar süregelen dönem olarak belirlenmiştir. Nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde hazırlanan çalışmada, bilgi toplama aracı olarak ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır. Kamu yönetimi paradigmasında meydana gelen değişim ile kamu hizmeti alanında yaşanan değişimler arasında illiyet bağı olduğu anlaşılmış ancak bu konuda genelgeçer bir tanımlama yapmanın pek mümkün olmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca post yeni kamu yönetimi başlığı altında ifade edilen düşüncelerin kamu hizmeti alanında meydana getirebileceği yeniliklere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu hizmeti, kamu yönetimi, post-yeni kamu yönetimi, değişim ve dönüşüm

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The political, economic and administrative conditions of the countries, together with the global developments, determine the shaping and preference of public service delivery models. However, in the study, the relationship between the change in the understanding of public administration and the transformation in the delivery methods and techniques of public services is discussed, ignoring other factors. In this direction, the subject of the study has been determined as 'the relationship between public service delivery models and the dominant paradigm in public administration'. The aim of the study is to reveal the interaction between the change of thought in the field of public administration and the changes in the understanding of public service and to determine the nature of this interaction. The spatial limit of the study was determined as Türkiye. On the other hand, the period between the pre-traditional public administration and the new public administration (post-YKY) is determined as a temporal limitation. In the study, which was prepared within the framework of the qualitative research approach, secondary data sources were used as an information collection tool. It has been understood that there is a causality between the change in the public administration paradigm and the changes in the field of public service, but it has been observed that it is not possible to make a general definition on this subject. Moreover, the innovations that can be brought about by the ideas expressed under the title of post new public administration in public service delivery methods are included.

Keywords: Public service, public administration, post-new public administration, alteration and transformation

¹Inönü Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, unal.kucuk@inonu.edu.tr

Paper Type: Research

Giriş

Devletin görevlerini yerine getirme ve onu işletme aracı olarak kamu yönetimi çağlar öncesinden günümüze kadar çeşitli devlet adamlarınca ve düşünürlerce tartışılmaktadır (Eryılmaz, 2017: s. 31). Kamu yönetimi bu anlamda farklı dönemlerde çeşitli görüşler ve değerler benimsemiş ve bu çerçevede hareket etmiştir. Şu halde kamu yönetimine ilişkin paradigmaları dört kategori halinde sıralamak mümkündür. İlk 'geleneksel kamu yönetimi öncesi' dönemden bahsedilmelidir. Bu dönemde kamu yönetimi daha çok ahlak, felsefe ve din ile iç içe bir vaziyette kendisini göstermiştir. Yusuf Has Hacib'in Kutadgu Bilig, Nizamülmülk'ün Siyasetname, İbn-i Haldun'un Mukaddime ve Machiavelli'nin Prens adlı eserlerinde bu durum gözlemlenebilir. Diğer aşama olan 'geleneksel ya da klasik kamu yönetimi' anlayışı ise 19. yy.'ın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın son çeyreğine kadar kamu yönetimi alanında geçerli olan hâkim paradigmanın adıdır (Eryılmaz, 2017: s. 43). 1980'li yıllardan itibaren kendisinden önceki kamu yönetimi yaklaşımının savunduğu değerlerin neredeyse tamamını eleştiren 'yeni kamu işletmeciliği' (new public management) ya da çalışmada tercih edildiği üzere 'yeni kamu yönetimi' (new public administration) 20. yy.'ın son çeyreğinden itibaren hâkim değerler dizisi haline gelmiştir. Bu dönemde özel sektör yöntem ve tecrübesi kamu yönetimi alanına aktarılmaya çalışılmıştır. Özel sektör yönetimi ve kamu sektörü yönetimi benimsedikleri yönetim pratikleri bakımından bu dönemde oldukça yakınlaşmaya başlamışlardır. Genellikle bu durumun doğal sonucu olarak kamu yönetimi alanına aktarılmaya çalışılan değerlerin bir kısmı uyum sorunu yaşamıştır. Beraberinde YKY üzerinde birtakım eleştirilerin yükselmesine neden olan uygulamalar arasında verimlilik, müşteri odaklılık, girişimci devlet gibi söylemler yer almaktadır. YKY'nin Geleneksel Kamu Yönetiminin (GKY'nin) yerini alma çabasında olduğu gibi bu kez YKY'nin savunduğu birtakım değerlerin eleştirisi üzerine yükselen görüşlerin yer aldığı çatı kavram olan post-YKY tartışmaları ortaya atılmıştır.

Yeni kamu yönetiminin benimsemiş olduğu değerlerin kamu yönetimi üzerindeki tesirini büyük ölçüde sürdürdüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte yeni kamu işletmeciliğinin savunduğu değerlerin kamu hizmetine yönelik adaptasyonunun oldukça zor olduğu gerçeği de söz konusudur. Çünkü iddia edildiği gibi yani kamu işletmeciliği yaklaşımının tüm kamu hizmeti ve dönemleri için geçerli olmadığı açıktır (Hood, 1991: s. 9). Karataş'ın ifadesiyle (2019: s. 1799), Hood tarafından dile getirilen bu eleştiri, YKY'nin kamu yönetimi alanında geçici bir moda olabileceği eleştirisini de beraberinde getirmektedir. Her ne olursa olsun yeni kamu yönetiminin son dönemlerde yoğun eleştirilere maruz kaldığı, alternatif model arayışları içerisinde 'post-YKİ/YKY' ya da 'YKİ/YKY sonrası' adıyla yeni bir dönemi başlattığı bilinmektedir (Çolak, 2021: s. 55). Aslında post-YKY süreci bir çatı kavram olarak ele alınmalıdır. Çünkü bu dönem içerisinde YKY karşıtlığına dayanan birden çok görüş ortaya atılmıştır.

Kamu yönetimine hâkim paradigmalar beraberinde birtakım kamu hizmeti sunum yöntemlerinin de kullanım sıklığında veya tercih edilmişlerinde birtakım değişikliklere neden olabilmektedir. Bu durum ispatlanmış bir bilgi olmasa da kamu yönetimine hâkim olan paradigmanın kamu hizmeti sunum yöntemlerinin tercihi konusundaki etkisini gözlemlemek mümkündür. Bununla birlikte devletlerin içerisinde buldukları finansal kriz dönemleri de bu tabloda diğer bir faktör olarak değerlendirilebilir. Geleneksel öncesi ve geleneksel kamu yönetimi paradigmasının hâkim olduğu dönemler olan 20. yy son çeyreğine kadarki tarih aralığında birtakım kamu hizmetlerine, imtiyaz, iltizam gibi modeller ile özel kesimin dâhil edildiği görülmekle birlikte kamu hizmetlerinin ağırlıklı olarak doğrudan devlet tarafından yerine getirilme çabası söz konusudur. 20. yy.'da yeni kamu yönetimi anlayışı ile birlikte devletlerden beklenen rol de değişmiş ve bizzat kamu hizmeti sunan devlet, hakem ve düzenleyici olarak yeni bir formda ortaya çıkmıştır. Yine bu dönem beraberinde kamu hizmeti

sunumunu devletin yeni rolüne uygun olarak yeni birtakım kamu hizmeti sunum yöntemleri ile destekleyerek özel sektörü olabildiğince kamusal hizmet alanının içerisine yerleştirmiştir. Özelleştirme, parçalanma (kamu hizmetlerinin parçalanması) ve özel sektörleşme şeklinde belirginleşen süreçte dünya genelinde kamu hizmeti sunumunda yeni bir finansman modeli olarak değerlendirilebilecek (esasen söz konusu kavramın sınırları bu kadar net değildir) kamu özel ortaklıkları projelerinde artış gözlemlenmiştir. Diğer taraftan bir kamu hizmeti sunum modeli olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği tartışma konusu olabilecek teknoloji tabanlı kamu hizmeti sunumuna bağlı olarak elektronik devlet (e-devlet), dijital devlet (d-devlet) ve blockchain uygulamaları da yeni kamu yönetimi ötesi tartışmalarının yaşandığı dönemde kamu hizmeti sunumunda etkili olmaya başlamıştır.

Gülan (1998: s. 99) çalışmasında, Türkiye’de kamu hizmetlerin gelişimini beş kategoride ele almıştır. Özetlemek gerekirse bu dönemler vakıflar dönemi, imtiyazlar dönemi, emanet dönemi, gelir ve talep garantili alanların özel hukuk tarafından talep edildiği dönem ve kamu hukuku direnci üzerine idarenin kamusal alandan kısmen çekilme yaşadığı dönemdir. Bu çalışmada söz konusu dönemlere ek olarak idarenin özel sektörleşme çabası, garantiler dönemi ve teknoloji tabanlı gelişmelere paralel olarak değişen kamu hizmeti sunum yöntemleri üzerinde durulmaktadır.

Çalışmanın amacı söz konusu eleştirilerin savunduğu değerler üzerinden kamu hizmetine ilişkin değişim tablosunu ortaya koymak ve bu bilgilere dayanarak birtakım çıkarımlarda bulunmaktır. Aynı zamanda kamu yönetimi alanında meydana gelen düşünce değişimi ile kamu hizmeti sunumunda kullanılan yöntemlerde yaşanan değişiklikler arasındaki etkileşimi irdelemek ve bu etkileşimin niteliğini saptamaktır. Bu doğrultuda çalışmada ilkin kamu hizmeti kavramı ve kamu hizmeti sunumunda kullanılan yöntemlere yer verilmiştir. Daha sonra geniş bir bakış açısı sağlamak adına kamu hizmetinde yaşanan dönüşüm genel olarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Ardından kamu yönetimine hakim olan paradigmanın etkili olduğu zamansal kesit içerisinde kamu hizmeti sunum yöntemleri üzerinden daha spesifik anlamda bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir.

1. Yöntem

Çalışmanın amacı, kamu yönetimi alanında meydana gelen düşünce değişimi ile kamu hizmeti anlayışında (kamusal hizmetlerin sunumu) yaşanan değişiklikler arasındaki etkileşimi ortaya koymak ve bu etkileşimin niteliğini saptamaktır. Çalışmanın sınırlılıkları mekânsal açıdan Türkiye, zamansal açıdan ise kısmen önceki dönemlere değinilmiş olsa da geleneksel kamu yönetiminden yeni kamu yönetimi sonrasına (post-YKY’ye) kadar süregelen dönem olarak belirlenmiştir. Nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde hazırlanan çalışmada, bilgi toplama aracı olarak ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde post-YKY ve kamu hizmeti ilişkisine geçmeden evvel kamu yönetimi yaklaşımları ile kamu hizmeti ilişkisini anlamlandırmak için, kamu hizmeti ve kamu hizmeti sunum yöntemleri üzerine birtakım kavramsal açıklamalar yapılmıştır.

2.1. Kamu Hizmeti

Çok disiplinli ve çok boyutlu bir kavram olan kamu hizmeti; kamu maliyesi, kamu yönetimi, anayasa hukuku, idare hukuku, siyaset bilimi gibi disiplinler tarafından incelenmektedir (Uysal, 2020: s. 114). Şüphesiz her disiplin kendi ilgi alanına göre konuyu ele almaktadır. Ancak kamu hizmetine ilişkin farklı tanımlara değinilmeden bu kavramın kendine has özelliklerine yer verilmelidir. Kamu hizmeti, organik ve maddi anlamda ele alınabilen bir kavramdır. Öncelikle kamu hizmeti ya tamamen ya da büyük çoğunlukla vergilerle finanse edilen hizmetlerdir (Humphreys, 1998: s. 6). Bununla birlikte özel kişilerin etkinlerinden farklı birtakım karaktere sahip olduğundan kamu hizmetlerine hâkim olan ilkelerden bahsedilmektedir. Bu ilkeler farklı alt başlıklarda ifade edilseler de genellikle dört kategoride

toplantıları mümkündür. Süreklilik, değişebilirlik, meccanilik ve eşitlik ilkeleri kamu hizmeti ilkelerindedir. Bu ilkelere tarafsızlık ve laiklik de eklenebilmektedir. Söz konusu kamu hizmeti ilkeleri kamu hizmeti kanunları ve ilk kez Rolland tarafından 1926 yılında derlendikleri için Rolland Kanunları olarak da bilinmektedirler (Gözler, 2003: s. 263). Bedelsizlik ya da Arapça kökenli ifadesiyle meccanilik, hizmet kullanıcılarından hizmeti kullanırken para talep edilmemesiyle ilişkilendirilmektedir. Ancak bedelsizlik/meccanilik, kamu hizmeti sunumunda karşılıksızlık olarak değerlendirilmemelidir. Çünkü vergilendirme temelinde de olsa söz konusu kamusal hizmetlerin bir karşılığı söz konusudur. Türkiye’de anayasa düzeyinde bedelsiz sunulması öngörülen kamusal hizmet örneğine rastlamak mümkündür: “İlköğretim, kız ve erkek bütün vatandaşlar için zorunludur ve Devlet okullarında parasızdır” (1982 Anayasası, 42/5. madde). Bununla birlikte kamusal hizmetlerden yararlanırken hizmet kullanıcıları tarafından ayrıca ücret ödemek durumunda kalınan kamusal hizmet sunum modelleri de söz konusudur. Özellikle kamu özel ortaklıkları modelinin benimsendiği ulaşım yatırımlarında bu durum net bir şekilde gözlenmektedir. Bununla birlikte bedelsizlik ilkesi değerlendirilirken hizmetin niteliğın tespit edilmesi gerekmektedir. Öyle ki ticari nitelikteki bir kamu hizmetinin bedava olması düşünülemeyeceği gibi idari nitelikli bir kamu hizmetinin ise ihtiyari mi yoksa zaruri mi olduğu değerlendirme açısından önem arz edecektir (Evren, 2007: s. 685). Süreklilik ilkesi, kamu hizmetinin kesintiye uğramadan yürütülmesi gerektiğine işaret etmektedir (Çal, 2008: s. 30). Kamu yönetiminde birtakım ilke ve uygulamalar kamu hizmetinin süreklilik ilkesi çerçevesinde şekillenmiştir. İdari işlemin hukuka uygunluk karinesi ve kamu mallarının haczedilemezliği (İcra ve İflas Kanunu, 82/1. madde) söz konusu uygulamalara örnek olarak gösterilebilir. İdari işlemin hukuka uygunluk karinesi bir anlamda idarenin sistematik davalar yoluyla iş göremez hale gelmesinin engellenmesi işlevini görürken idari yargı yoluyla (mahkeme kararıyla) yürütmenin durdurulmasına da karar verilebilmektedir (İdari Yargılama Usulü Kanunu, 27. madde). Değişebilirlik ya da uyum ilkesi ise idarenin kamusal hizmet sunum esnasında değişen şartlar üzerine hizmet kalitesinin artırılması adına girilen yenileme faaliyetleri olarak değerlendirilebilir. Süreklilik ilkesinin birtakım alt ilkeleri belirleme sürecinin değişebilirlik ve uyum ilkesinde de devam ettiği gözlemlenmektedir. İdare kamu hizmetlerini sözleşmeler vasıtasıyla özel kişiler eliyle gördürebilmektedir. Ancak bununla birlikte idarenin söz konusu idari nitelikteki sözleşmelerde kamu yararı saikiyla sınırsız olmamakla birlikte tek taraflı değişiklik yapma yetkisi olduğu kabul edilir. Söz konusu yetkinin temeli kamu hizmetinin gereklerine dayanırken, değişebilirlik ve uyum ilkeleri gereği kamunun değişen koşullara uyum yükümlülüğü vardır (Gözler, 2003: s. 136-137). Türkiye’de Kamu İhale Sözleşmeleri Kanunu’nda, bu kanuna göre düzenlenecek sözleşmelerde ilgili maddede yer alan hususların belirtilmesi gerektiği ifade edilmiş ve aynı kanunun 7. maddesinde; “sözleşmede değişiklik yapılma şartları” na yer verilmiştir. Son olarak, kamu hizmetlerine katılım ve yararlanma bakımından bireylerin eşit muamele görmesi eşitlik ilkesini açıklamaktadır (Özer ve Önen, 2017: s. 193). Eşitlik ilkesi bünyesinde tarafsızlık, laiklik ilkelerini de kapsayacak şekilde değerlendirilmelidir.

Kamu hizmeti; idari, iktisadi, sosyal ve bilimsel-teknik kamu hizmetleri olarak dört farklı türde ele alınmaktadır (Nohutçu, 2019: s. 403-407). Kamu hizmeti, devletin ya da diğer kamu tüzel kişilerinin gözetim ve denetimleri altında genel kollektif ihtiyaçları karşılamak ve kamu yararını sağlamak için kamuya sunulmuş sürekli ve düzenli faaliyetler (Parlak, 2011: s. 425) şeklinde tanımlanabilir. Diğer taraftan kamu hizmeti; doğrudan devlet veya diğer kamu tüzel kişilerin ya da onların yakın gözetim ve denetim faaliyetleri altında gerçekleştirilen ve nihai hedefi kamu yararı olan kendine özgü ilkelere sahip olan kamusal faaliyetler şeklinde de tanımlanabilir. Ancak bu tanımlar kamu hizmetinin iş, uğraş, faaliyet yönüne vurgu yapmaktadır. Oysa kamu hizmeti aynı zamanda organik anlama da sahiptir. Şu durumda kamu hizmetinin organik anlamda tanımlanması onun kurumsal yönünü ifade etmektedir (Nohutçu, 2019: s. 403).

2.2. Kamu Hizmeti Sunumunda Kullanılan Yöntemler

Sivil toplumun oluşumundan bu yana (sosyal sözleşme temelli), hizmet sunumu sorunu çok önemli başlıklardan birisi olarak değerlendirilmektedir (Shittu, 2020: s. 5). Kamu hizmetlerinin sunumu adeta devletlerin varlık nedeni olarak gösterilmektedir. Öyle ki örgütlenme kamusal hizmet temelinde gerçekleştirilmektedir. Bu anlamda bakanlık tipi örgütlenme söz konusu iddiayı ispatlar niteliktedir. Bununla birlikte kamu hizmetlerinin sunumunun oldukça farklı yöntemleri söz konusudur. Kamu hizmeti sunum yöntemleri veya işletilme usulleri farklı alt başlıklar halinde listelenebilir. İdarece görülme veya özel kişilerce görülme (Odyakmaz ve Kaymak, 2019: s. 182-185), usullerin doğrudan listelenmesi (Nohutçu, 2019: s. 409-412) veya kamu tüzel kişileri tarafından işletilme usulleri (emanet ve kamu kurumu usulü)-özel hukuk kişisi tarafından (tek taraflı görevlendirme ve sözleşmeyle görevlendirme) işletilme usulleri (Gözler, 2010: s. 552-555) şeklinde ayrımlar ve başlıklandırmalar söz konusudur.

Tüm bunlarla birlikte bu çalışmada farklı bir kategorileştirme türüne gidilmiştir. Tarihsel anlamda köklü uygulamalara sahip yöntemler ve uygulama bakımından görece diğer yöntemlerden yeni olan kamu hizmeti sunum yöntemleri gözetilerek, klasik yöntemler ve modern yöntemler olmak üzere, kamu hizmeti sunum modelleri veya işletilme usulleri iki ayrı kategoride ele alınmaya çalışılmıştır. Her ne kadar bu ayrım literatürde hâkim bir sınıflandırma olmasa da son dönemlerde kamu hizmeti sunumunda bazı yöntemlerin yeni ve baskın oldukları kabul edilebilir.

2.2.1. Klasik Yöntemler

Devletin işleyiş ve örgütlenmedeki en önemli araçlarından olan kamu yönetiminin amacı kamu yararı hedefleyerek kamu hizmeti sunmaktır. Bu doğrultuda birtakım kamu hizmeti sunum yöntemi benimsenmektedir. Kamusal hizmetler doğrudan bir kamu tüzel kişisi tarafından yerine getirilebileceği gibi bir özel hukuk kişisi marifetiyle de söz konusu hizmetleri yerine getirebilir. Bununla birlikte kamu hizmeti sunum yöntemlerinden bazıları uygulama anlamında köklü tarihsel geçmişe sahipken birtakım uygulamalar ise görece yeni sunum yöntemleri olarak ortaya çıkmaktadır. Emanet, ruhsat, müşterek emanet, iltizam ve imtiyaz uygulamaları klasik kamu hizmet sunum yöntemleri arasında değerlendirilebilir.

2.2.1.1. Emanet. Emanet usulü, bir kamu hizmetinin bu hizmetten sorumlu olan kamu idarelerince yine kendi personel ve maddi imkânları ile görülmesini ifade eder (Odyakmaz ve Kaymak, 2019: s. 182). Emanet usulü, tarihsel anlamda köklü kamu hizmeti görme yöntemlerindedir. Zira Osmanlı döneminde devlet (hükümet) herhangi bir işi kendi imkânları ile gerçekleştirdiğinde emanet usulünü tercih ederdi. Söz konusu yöntemde kamu hizmeti sunumundan görevli olanlara 'emin' denilirdi (Baş, 2020: s. 1017). Emanet ve vakıf temelli kamu hizmeti sunum anlayışının özellikle Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde dönüşüme uğradığı görülmektedir. Türkiye'de 2286 sayılı Devlet İhale Kanunu'nda emanet suretiyle yapılacak işlerden bahsedilmektedir. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte emanet komisyonları eliyle yapılabilecek olan işlerin esasları Cumhurbaşkanı tarafından çıkarılacak yönetmelik ile belirlenmektedir.

2.2.1.2. Ruhsat. İdarenin tek taraflı bir idari işlemle herhangi bir özel kişiye herhangi bir kamu hizmetini görme izni vermesine ruhsat usulü denilmektedir (Odyakmaz ve Kaymak, 2019: s. 183). İdarenin ruhsat sahibi kişi üzerinde geniş denetim yetkilerine sahip olduğu bu usulde, idare ile karşı taraf arasında herhangi bir idari sözleşme yapılmamaktadır (Nohutçu, 2019: s. 410).

2.2.1.3. Müşterek Emanet. Müşterek emanet usulü bir idari sözleşmedir ve kamu hizmetine ilişkindir. İmtiyaz sözleşmeleri ile oldukça yakın özellikler sergilemektedir. Ancak temel ayrışma noktası kar ve zararın hangi tarafça üstleneceğine ilişkindir. Müşterek emanet usulü, bir amme hizmetinin hasarı devlete ait olmak ve menfaati devletle yüklenici arasında paylaşılmak üzere hususi bir şahıs tarafından görülmesidir (Özay, 1994: s. 59).

2.2.1.4. İltizam. İltizam bir vergi toplama usulü olarak yüzyıllardan beri uygulanmaktadır. Yöntem aynı zamanda işletme alanlarında da uygulanmakta ve bu sayede söz konusu yöntem kamu hizmetlerinin görülüş usullerinden birisi haline gelmektedir (Baş, 2020: s. 1020-1021).

2.2.1.5. İmtiyaz. İdarenin kamu hizmeti sunumunda gerçekleştirdiği idari sözleşme türlerinden birisi de ‘imtiyaz sözleşmesi’ (*contrat de concession*) dir (Yıldız, 2014: s. 281). İmtiyaz sözleşmesi, bir amme hizmetinin imtiyazı alan şahıs nam ve hesabına işletildiği ve kar ve zararın işletende olduğu bir sözleşme türüdür (Özay, 1994: s. 59).

2.2.2. Modern Yöntemler

Emanet, ruhsat, müşterek emanet, imtiyaz ve iltizam gibi uygulamalar köklü tarihsel geçmişe sahip uygulamalardır. İdare, kamu hizmeti sunumu gerçekleştirirken söz konusu modellerin yanısıra yeni birtakım kamu hizmeti yöntemlerini de kullanmaya başlamıştır. Özellikle 1980’li yılların ardından ‘görevlendirme sözleşmesi’, ‘yap-işlet-devret’ sözleşmesi, ‘yap-işlet’ sözleşmesi gibi kamu hizmetinin özel kişilerce yerine getirilmesinin yeni türleri ortaya çıkmıştır (Gözler, 2010: s. 571). Kamu hizmeti sunumu ve anlayışını etkileyen iç ve dış etmenler söz konusudur. Güncel gelişmeler (bilgi çağı, endüstri 4,0) kamu hizmeti sunumunu etkileyen küresel çaplı değişikliklerdendir (Göçoğlu, 2020: s. 616). Bu çalışmada söz konusu yeni türler, ‘e-devlet/dijital devlet’ uygulamaları ve ‘blockchain’ iken diğer uygulamalar ise kamu özel ortaklıkları çatı/şemsiye kavramı altında değerlendirilmiştir. Bu noktada dijital devlet uygulamaları ve blockchain yalnızca bir usul değişikliği olarak da ele alınabilirdi. Ancak söz konusu yöntemler kamu hizmeti sunum alanında basit birer katkı sağlamaktan öte köklü bir anlayış değişikliği getirme potansiyeline sahip olgular olarak değerlendirilmiştir.

2.2.2.1. Kamu Özel Ortaklıkları. Yabancı literatürde, ‘*public private partnership*’ (PPP veya P3) olarak adlandırılan model Türkiye’de kamu özel ortaklıkları (KÖO), kamu özel işbirliği (KÖİ), kamu özel sektör işbirliği (KÖSİ) gibi tanımlamalara sahiptir. Bu çalışmada ‘*partnership*’ ifadesinden yola çıkılarak söz konusu kavramın kamu özel ortaklığı şeklindeki kullanımı tercih edilmiştir. KÖO bir şemsiye ya da çatı kavram olarak bünyesinde çok sayıda alt sözleşme tipini barındırmaktadır. Doğaldır ki devlet tarihsel süreç içerisinde kimi kamu hizmetlerini yerine getirmek için özel hukuk kişileri ile işbirliği içerisine girmiştir. Ancak modern kamu özel ortaklık sözleşmeleri nitelik, uygulama ve devletin konumlanması bakımından önceki uygulamalardan ayrılmaktadır (Küçük, 2020: s. 7). Kamu özel ortaklıkları temel olarak üç ana özellik üzerinden tanımlanabilir. Bunlar uzun süreli sözleşme, riskin kamu ve özel sektöre dağılımı ile kamu altyapı yatırımlarında özel sektörün finansman tedarikçisidir. Avrupa KÖO Uzmanlık Merkezine (*European PPP Expertise Center*) göre ise bu kategorileştirme beş alt başlık üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bunlar uzun dönemli sözleşmeler (*long term contract*), belirli risklerin dağıtımı (*allocation of specified risks*), girdilerden ziyade çıktılara odaklanma (*outputs rather than inputs*), özel sektör finansmanı (*private sector financing*) ve performansa dayalı ödemelerdir (*performance-based payments*) (EPEC, 2021: s. 8).

2.2.2.2. E-devlet ve Dijital Devlet Uygulamaları. Çalışmada e-devlet ve dijital devlet uygulamaları kamu hizmeti sunumunda basit bir teknolojik değişim olarak görülmemiş, kamu yönetiminde ve özellikle kamu hizmeti sunumu alanında şeffaflık, katılım, hesapverebilirlik, etkililik, verimlilik ve vatandaş (müşteri) memnuniyeti gibi birçok ilkeyi etkileme potansiyeline sahip bir dönüşüm aracı olarak değerlendirilmiştir. Diğer taraftan elektronik devlet ve dijital devlet kavramlarına aynı alt başlık içerisinde yer verilmesinin nedeni ise söz konusu uygulamaların birbirinin devamı ve bütünleyicisi olarak kabul edilmeleridir. Çünkü e-devlet uygulamaları hem kamu hizmetlerinin sunumunda gerçekleşen dijital dönüşümün somut hali olarak tanımlanmakta (Göçoğlu, 2020: s. 619) hem de 2015 yılı ve sonrasına işaret edilen dönemden itibaren yerini dijital devlete (d-devlet) bırakan (Karasoy ve Babaoğlu, 2020: s. 117) bir silsilenin ilk aşaması olarak da ele alınmaktadır.

Kamu hizmetlerinin elektronik ortamda sunulması şeklinde tanımlanabilecek olan e-devlet uygulamaları tarihsel anlamda köklü bir geçmişe sahip değildir. E-devlet uygulamalarının Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıktığı düşünülmektedir. 1985 yılından itibaren vergi tahsilatı ve beyanname doldurma gibi birtakım kamu hizmetleri internet ortamında sunulmaya başlanmıştır (Karasoy ve Babaoğlu, 2020: s. 119-120). E-devlet uygulamaları kamu hizmeti sunumunda önemli bir dönüşüm ve kırılma noktası olarak kabul edilmekte ve özellikle hizmet maliyetlerini azaltma karakteri ile ön plana çıkmaktadır (Çarıkçı, 2010: s. 108, 120).

Teknolojik gelişmelerle birlikte kamu yönetimi alanında değişim ve dönüşüm süreci yaşanmakta, bununla birlikte kamu hizmetlerinin sunum şekillerine yönelik tasnifler çeşitlenmektedir. “Klasik (yüzyüze) hizmet sunumu” ve “elektronik (dijital, akıllı) hizmet sunumu” (Yılmaz ve Mecek, 2021: s. 126) şeklinde ikili bir ayrım söz konusu duruma örnek olarak gösterilebilir. Eggers ve Macmillan (2020: s. 6-8) kamusal hizmet beklentileri ve aynı zamanda kamusal kuruluşların finansal yetersizliklerine dikkat çekerek söz konusu sorun alanının çözümü açısından kamusal kuruluşların geçireceği yedi büyük dönüşümden bahsetmektedir. Söz konusu değişim başlıkları; çözüm sağlayıcı kamu kuruluşları yerine imkân sağlayan kamu kuruluşları, kişiye özel hizmet sunumu, dağıtık yönetim, veri konusunda akıllıca davranan kamu kuruluşu, alternatif finansman modelleri, kamuda ihtiyaca göre hizmet modeli ve ulusal refahın yeni zemini şeklinde sıralanmaktadır. Çalışma açısından en dikkat çekici değişim talep ya da tahminleri arasında, kamuda ihtiyaca göre hizmet modeli, dağıtık yönetim, kişiye özel hizmet sunumu gelmektedir. İhtiyaçlar farklılaştıkça ve çeşitlendikçe kişiye özel kamusal hizmet sunumunun önemi de aynı oranda artmaktadır. Bu sayede farklı bölgelerde farklı ihtiyaçlar en kısa sürede dijital ortamda kişisel ihtiyaçlara cevap verecek şekilde düzenlenebilecektir. Diğer taraftan dağıtık yönetim sayesinde bazı görevler vatandaşlara dağıtılabilir (Eggers ve Macmillan, 2020: s. 7).

Bu durum idare ile vatandaş arasında konusu kamusal hizmet olan bir alanda işbirliği ve gönüllülük temelinde işleyen bir süreç olarak değerlendirilebilir. Kamuda ihtiyaca göre hizmet modeli ise kamusal istihdam modelinde yaşanacak köklü bir değişime dikkat çekmektedir. Özel sektör yöntem ve tecrübesinin kamuya aktarılması sürecinin personel ayağını oluşturduğu iddia edilebilecek olan söz konusu modellemede istihdam süresinin kamusal hizmetin sunum süreci ile paralel bir seyir izleyeceği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte kamusal hizmet sunumunda dijitalleşme ve e-devlet uygulamaları vatandaşları, geleneksel hantal kamu yönetimi yapısından kurtaran, daha hızlı, verimli, kâğıt dolaşımı sürecinin yaşanmadığı bir kamu hizmeti sürecinin değişim sürecini tetikleyen unsurlar olarak değerlendirilmelidir (Parlak ve Doğan, 2021: s. 91).

2.2.2.3. Blockchain. Blockchain teknolojisi en basit ifade ile bloklar zinciridir. Bu sistemde her blok, bir kriptografik karıştırma (*cryptographic hash*) ve eklemlenme ile bir önceki bloğa bağlanır. Bu sayede parasal tutarları değiş tokuş edebildiği gibi sözleşmeler için rastgele kod yürütülmesine izin verir (Wüst ve Gervais, 2018: s. 45). Bu kavram dijital devletin bir alt başlığı olarak ele alınabileceği gibi ayrı bir alt başlık olarak da değerlendirilebilecek önemdedir.

Kamu hizmetlerinin sunumunda klasik yöntemlerin kullanımı kamudan beklenen hesapverebilirlik, kişisel verilerin muhafazası ve etkililik gibi ihtiyaçların karşılanmasını engellemektedir (Durukal ve Öztürk, 2019: s. 450). Kamu hizmeti sunumundan artık çok daha farklı nitelikler beklenmekte ve klasik usuller bu anlamda yetersiz kalmaktadır. Kamu yönetiminin teknoloji ile olan üreten-tüketen ilişkisi onun bu sürecin hem öznesi hem de nesnesi olmasını sağlamış ve kaçınılmaz bir ilişki içerisine itmiştir.

Öyle ki Birleşik Krallık hükümeti tapu sicil işlemlerinde, ödeme işlemlerinde bu teknoloji için deneme çalışmalarına başlamıştır. Her ne kadar sistemi tam olarak yaygın bir şekilde kullanmaya başlamamış olsalar bile kamusal hizmetlerin zorluklarının aşılmasında iyi bir konumda görüldüğü belirtilmektedir. Bununla birlikte Güney Kore, İsrail, Yeni Zelanda ve

Estonya da kamusal alanda blokzincir teknolojisini kullanan diğer ülkeler arasındadır (Özaltın ve Ersoy, 2020: s. 753-756).

3. Kamu Yönetimi Paradigmaları ve Hizmet Yöntemlerinde Dönüşüm

Kamu yönetim sistemleri gibi herhangi bir karmaşık sistemin evrimindeki dönemleri tanımlamak zor bir uğraştır (Dunleavy, Margetts, Bastow ve Tinkler, 2005: s. 468). Ancak temel kırılma noktalarının tespiti ve ölçeğin kamu hizmeti sunum yöntemlerine daraltılması söz konusu zorluğu kısmen ortadan kaldırmaktadır. Vatandaşların kamu kurumlarından beklentilerinin hem nicelik hem nitelik anlamda artışı, kamu kesimini bu anlamda farklı arayışlara ittiği kabul edilmesi gereken bir durumdur. Özellikle kamu hizmetlerinin finansmanı konusundaki arayışlar modern birtakım kamu hizmet sunum yöntemlerini doğurmuştur. Bu durum kamu kesiminin vatandaşların taleplerine yetişebilmeleri açısından radikal bir değişim geçirmeleri gerektiğini de ortaya koymaktadır. Dijital değişimin dönüşüme yol açan faktörler arasında değerlendirildiği ortamda kamu kuruluşları sektörel bazda değerlendirildiğinde birtakım sonuçlar ortaya çıkacaktır. Eğitim, enerji, çevre, hukuk, sağlık, ulaştırma alanlarında bu dönüşümleri gözlemek mümkündür (Eggers ve McMillan, 2020: s. 6-10).

Kamu hizmeti alanında yaşanan değişim ve dönüşüm süreci doğrudan kamu yönetimi alanında meydana gelen paradigma değişimi ile bağlantılıdır. Kamu hizmeti alanında meydana gelen algılayış biçiminin doğal sonucudur. Dünyada kamu hizmeti ve kamu yönetimi anlayışında yaşanan paradigma değişimi hizmet sunum sürecinde yeni uygulamaları gündeme getirmektedir. Kamu hizmetlerinde yaşanan değişim ve dönüşüm sürecinin somutlaştığı alanlar kamu hizmeti sahası, kamu hizmetinde kullanılan yöntem ve aktörler (hizmeti sunanlar ve hizmetten yararlananlar) şeklinde ortaya çıkmaktadır (Uysal, 2020: s. 123). Kamu hizmetinde meydana gelen değişimi belirtilen üç ana başlık altında ele almak ve bu kapsamda değerlendirmek kategorileştirme yapmak adına oldukça pratik bir çözüm sunmaktadır. Çalışmanın dördüncü ana başlığı içerisinde söz konusu üç kriterden kamu hizmeti anlayışında meydana gelen dönüşüm ile kamu hizmeti sunumunda kullanılan yöntem incelenmiştir.

3.1. Geleneksel (Klasik) Kamu Yönetimi Öncesi Dönem ve Kamu Hizmeti Sunumunda Kullanılan Yöntemler

Kamu yönetiminin tarihini 19. yy. ‘dan itibaren başlatmak genel bir kabuldür. Ancak söz konusu tarihten evvel de devletin görevlerini yerine getirme ve onu işletme aracı olan kamu yönetimi ilk çağlardan itibaren düşünürler ve devlet adamlarınca incelenen bir alan olmuştur. Bununla birlikte kamu yönetimine ilişkin incelemeler bu anlamda daha çok ahlak, siyaset ve felsefe ile iç içedir. Söz konusu eserlerde yer alan düşüncelerin ortak özelliği devletin nasıl daha iyi işleyebileceği fikri üzerine kaleme alınmalarıdır (Eryılmaz, 2017: s. 31). Yani bilimsel sistematik araştırmaların konusu olmadan önce de milattan önce dahi kurulmuş uygarlık ve imparatorluklar içerisinde faaliyet göstermiş bir kamu yönetimi varlığından bahsetmek mümkündür (Parlak ve Doğan, 2016: s. 47). Yusuf Has Hacib’in Kutadgu Bilig, Nizamülmülk’ün Siyasetname, İbn-i Haldun’un Mukaddime ve Machiavelli’nin Prens adlı eserlerinde bu durum gözlenebilir. Karahanlılar dönemine ait ‘Kutadgu Bilig’ içerisinde bürokrasiye ilişkin önemli bilgiler yer alırken, Şelçuklular dönemine ait olan ‘Siyasetname’ ise, ‘yönetilenlerin hoşnut edilmesi’ ana teması üzerine yazılmıştır (Tortop vd. 2017: s. 437-440). Halkın memnuniyeti ile kamu hizmeti sunumu arasında ilişki düşünüldüğünde söz konusu eserlerin yer aldığı dönemlerde kamu yönetimi ve kamu hizmeti sunumu arasındaki bağlantı da ortaya çıkacaktır.

Esasen kamu hizmetleri bir bütün olarak devlet tarafından yerine getirilmektedir. Artan kamusal talepler ile toplumsal genişlemenin yaşanmadığı ve ihtiyaçların sınırlı olduğu dönemlerde kamusal hizmetlerin büyük ölçüde doğrudan devletin kendi imkân, personel ve kaynaklarıyla tedarik edildiği düşünülebilir. Ancak Osmanlı Devleti örneğinde değerlendirildiğinde durumun pek de sanıldığı gibi olmadığı görülmektedir. Devlet fonksiyonlarından sırf siyasi mahiyette olan ve otoriteye ihtiyaç gösteren kamu hizmetleri

hükümet eliyle yerine getirilirken bunun dışında kalan geniş bir sahadaki kamusal hizmetler ise vakıflar aracılığıyla yerine getirilmiştir (Onar, 1966: s. 668 akt. Gülan, 1998: s. 97). Bununla birlikte GKY'nin 19. yy.'ın ikinci yarısından 20. yy.'ın son çeyreğine kadar geçen zaman dilimini ifade ettiği düşünüldüğünde, imtiyaz uygulamasının GKY öncesi dönemde içerisinde de uygulanan kamu hizmeti sunum modellerinden olduğu belirtilmelidir. Çünkü imtiyaz usulü liberal Avrupa'da 19. yy.'ın başında ortaya çıkmıştır.

3.2. Geleneksel (Klasik) Kamu Yönetimi Anlayışı ve Kamu Hizmeti Sunumunda Kullanılan Yöntemler

19. yy.'ın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın son çeyreğine kadar kamu yönetimi alanında geçerli olan hâkim paradigmanın GKY olarak adlandırıldığı bilinmektedir. Her ne kadar 19. yy.'ın ilk yarısı işaret edilse de ahlak, felsefe ve siyasete içkin olarak ilerleyen kamu yönetiminin ayrı bir alan olarak incelenmesi bir anda olmamış veya olamamıştır. GKY öncesi anlayıştan GKY'ye geçiş sürecinde kamu yönetimi diğer disiplinlerden tam olarak ayrışamamıştır. Örneğin Avrupa'da kamu yönetimi, idare hukukunun etkisi altında kalmış ve bu durum 1950'li yıllara değin sürmüştür (Parlak ve Doğan, 2016: s. 62). Anadolu'da ise imparatorluğu devralan cumhuriyetin kamu hizmeti sunumunda izlemiş olduğu yol kamusal hizmetlerin bizzat devlet eliyle gördürülmesi şeklinde olmuştur. Ekonomik ve sosyal ihtiyaçlar bakımından gerekli olan her türlü faaliyet devletin kendi araç, gereç ve personeli eliyle yürütülmüş ve bu sayede hızlı kalkınma hedeflenmiştir (Gülan, 1998: s. 98). Bu durumun temel iki gerekçesi sermaye yetersizliği ve anti-kapitülasyonist tavidir. Bununla birlikte (belirtilen GKY dönemi içerişimde) Osmanlı Devleti içerisinde de imtiyazı konu edinen birçok düzenleme söz konusu olmuştur. 1858 Şartnamesi, 1865 Nizamnamesi, 1868-1869 Şura-yı Devlet Nizamnamelerinde ve en önemlisi 1910 tarihli, 'Menafi-i Umumiyeye Müteallik İmtiyazat Hakkında Kanun' imtiyaza ilişkin önemli düzenlemelerdendir (Örsten Esirgen, 2012: s. 317-318).

3.3. Yeni Kamu Yönetimi (İşletmeciliği) Anlayışı ve Kamu Hizmeti Sunumunda Kullanılan Yöntemler

YKY, geleneksel yönetim anlayışından esnek ve piyasa temelli bir yönetim anlayışına geçişi ifade eden değişim süreci olarak kavramsallaştırılabilir (Uysal, 2020: s. 113). Katı, hiyerarşik ve bürokrasi tabanlı yönetim anlayışından esnek ve piyasa tabanlı yönetsel anlayışa geçişi ifade eden YKY, 1980-1990'lı yıllardan itibaren kamu sektörü yönetiminde önemli değişimlere neden olmuştur (Tortop, İsbir, Aykaç, Yayman ve Özer, 2017: s. 314). Artık devlet kamu hizmeti sunma sürecinde önceki dönemden farklı olarak ağırlıklı bir şekilde düzenleyici ve denetleyici bir role bürünmüştür. Kamu hizmeti, özelleştirmeler ve kamu hizmetlerinin sözleşme yoluyla özel kişilere gördürülmesi ile piyasa faaliyetlerine dönüşmeye başlamıştır (Boztepe, 2018: s. 194-195).

Bu süreçte devlet klasik ifade ile küçülme sürecini ilk olarak özelleştirme yoluyla başlatmış, geriye kalan ve özelleştirme konusunda sıkıntı yaşanan alanlar asli ve yardımcı hizmetler şeklinde piyasa müdahalesine açık hale getirilmiştir. Özelleştirilemeyen alanlarda, 'özel sektörleşme, özel sektöre benzeşme' şeklinde ifade edilebilecek süreç ile özel sektör yöntem ve pratikleri kamusal alana aktarılmıştır. Bu süreçte birtakım kamu görevlilerinin ve kamusal işlerin paket halinde ihalelere konu olması diğer taraftan kamu özel ortaklıkları gibi modeller ile kamusal mekânın özel sektör tarafından arızı de olsa sahiplenilmesi söz konusu olmuştur. Yani bu süreç üç basamakta ele alınacak olursa; özelleştirme, parçalanma ve özel sektörleşme şeklinde ifade edilebilir.

Özellikle devletten beklenenin rolün değişmesiyle kamu yönetimi ve kamu hizmeti sunumunun kaçınılmaz dönüşümü söz konusu olmuştur. Aslında YKY temel hedefleri bağlamında değerlendirildiğinde doğrudan kamu hizmeti ile ilgili bir süreci ifade etmektedir. Bir taraftan özelleştirme ile kamu hizmetinin sunumu özel sektör aktörlerine devredilmiş ve devlet düzenleyici, denetleyici, hakem rolüne bürünmüştür. Diğer taraftan özel sektörleşme

eliyle verimlilik, ekonomiklik ve etkililik gibi özel sektör ilkeleri kamu hizmeti sunumunda hâkim ilkeler haline getirilmiştir.

YKY sürecinde kamu hizmeti sunumu; kalite ve müşteri memnuniyeti söylemi üzerine yükselmekte ve kamu, özel sektör ve müşteri ortaklığına dayanmaktadır. Kamu yönetimi üzerinde uluslararası bir mobilitayı tetikleyen ancak bununla birlikte bir o kadar da yerel dönüşüm örneklerine sahne olan YKY'nin ülkeler düzeyinde uygulanma sürecinde 1999 Anayasa değişiklikleri bir kırılma noktasını işaret etmektedir. Bu dönemde o zamana kadar ki kamu hizmeti sunumlarında sıklıkla tercih edilen imtiyaz kavramı yerini kamu özel ortaklıkları alt uygulama modellerinden birisi olan yap-işlet-devret yöntemine bırakmış (Ulu, 2008: s. 405) ve kamu hizmeti sunumunun idari niteliği; tahkim, Danıştay'ın imtiyaz sürecindeki yeni rolü ve özelleştirme başlıklarıyla zayıflatılmıştır. Kamunun hangi hizmetleri özel hukuk sözleşmeleri ile yerine getirebileceği o tarihten (13.08.1999) itibaren kanunla düzenlenmeye başlamıştır (1982 Anayasası, 47. m.). Bu değişikliğin en önemli nedeni söz konusu tarihe kadar geçen sürede mahkemeler tarafından ortaya konulan iptal davalarıdır. Çünkü Anayasa Mahkemesi'nin 1995/23 sayılı kararı ile birlikte yap-işlet-devret projeleri anayasaya aykırılık teşkil etmesi nedeniyle bir çıkmaza düşmüş bu çıkmazdan kurtulmak için 1999 yılını beklemek gerekmiştir (Çal, 2008: s. 319).

YKY döneminde belirtilen anlayışa uygun olarak birtakım kamu hizmeti sunum yöntemleri benimsenmiştir. Türkiye örneğinde değerlendirildiğinde, müşterek emanet ve iltizam gibi usuller artık günümüzde kamu hizmeti sunumunda uygulanmamaktadır (Altın, 2013: s. 107). Bu dönemin en belirgin kamu hizmeti sunum modelleri arasında imtiyaz, ruhsat gibi klasik modellerin yanı sıra özellikle kamu özel ortaklıkları çatısı altında yer alan yap-işlet-devret, yap-kirala-devret gibi modeller yer almaktadır. Özellikle eğitim öğretim tesisleri, sağlık tesisi ve şehir hastanelerinin yapımında yap-kirala-devret yöntemi kullanılırken, bazı otoyol, havalimanı ve köprülerde yap-işlet-devret modelinin kullanıldığı görülmektedir. Bu süreçte işletme hakkı devri modelinin de özellikle liman işletmeleri, gümrük kapıları ve enerji santrallerinde yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

3.4. Post Yeni Kamu Yönetimi (İşletmeciliği) Anlayışı ve Kamu Hizmeti Sunumunda Kullanılan Yöntemler

2000 sonrası süreçte YKY çeşitli yönlerden eleştirilere maruz kalmış ve bu yüzden YKY'ye alternatif çözüm arayışları başlamıştır. YKY'ye yöneltilen eleştirilerin başında 1990'lardan sonra kurumsal ve politik karmaşıklığı artırması, kavramları netliğini kaybetmesi, vatandaşları müşteri olarak görülmesi, kamu hizmetlerinin piyasalaşması, kamu yönetiminde güven kaybı ve parçalanmışlık gibi sebepler gelmektedir (Uysal, 2020: s. 113). Post YKY bu eleştiriler üzerine kurulu birden fazla görüşün içerisinde yer aldığı bir çatı kavram olarak ortaya çıkmış ve YKY modelinin alternatifi olma yolunda gündeme gelmeye başlamıştır. Post YKY yaklaşımı kendi içerisinde, bütünleşik kamu yönetimi, yeni kamu yönetimi, kamu değeri, yeni kamu hizmeti, neo-weberyen devlet ve dijital çağ yönetimi gibi yaklaşımlar ile YKY karşısında '*kamu yönetiminin yeni paradigması*' olma iddiasını taşımaktadır (Uysal, 2020: s. 113). Hatta Dunleavy ve diğerleri (Dunleavy ve diğerleri, 2006) Yeni Kamu İşletmeciliği yaklaşımının öldüğünü ve post-YKY görüşlerinden olan Dijital Çağ Yönetimi'nin başladığını iddia etmektedirler. Bu çalışma söz konusu iddiayı dikkate değer bulmakla birlikte, YKY'nin öldüğü anlayışına katılmamaktadır. Çünkü post-YKY ya da YKY ötesi ile anlatılmak istenen şey tam olarak netlik kazanmamıştır. 'Post' ya da 'ötesi' ile ifade edilen düşüncelerin, kavramların halen YKY yaklaşımının üzerine inşa edildiği görülmektedir.

Elbette YKY yaklaşımı, post-YKY çatısı altında yer alan düşünceler tarafından çok çeşitli yönlerden eleştirilere maruz kalmıştır. Ancak kamu hizmeti aktörleri bakımından değerlendirildiğinde kamu hizmeti sunumunda kamu yararı ilkesinden uzaklaşılması ve söz konusu kavramın belirsizlik karakterinin de bu sürece eklenmesiyle vatandaş-devlet ilişkilerinde yaşanan kopuş YKY'nin bu anlamda sorgulanmasına neden olan başlıca etmendir. GKY'nin

bürokratik yapısı sorunların ana kaynaklarından birisi olarak ilan edilirken savunulan etkililik, verimlilik ve ekonomiklik beklenen düzeyde gerçekleşmemiştir. Bu durumun en önemli göstergeleri ülkelerin kamusal altyapı yatırımlarında ve diğer harcamalarında artan borç yüküdür. Özellikle vatandaşların müşteri olarak görülmesi ve devletin bu alanda girişimci veya şirket gibi yönetilmesi anlayışı birtakım kamu hizmetlerinin doğasına aykırıdır. Örneğin dış güvenlik veya adalet hizmeti konusunda devlet ne ölçüde 'girişimci' olabilir. Dış güvenlik alanında özel sektörleşme ne ölçüde mümkün olabilir? Kar mantığı ile hareket eden böylesi bir oluşum söz konusu olsa ve devletler bu anlamda girişimci rolüne bürünseler dahi kamu yararı ve diğer insan hakları bakımından değerlendirilmesi mümkün olmayan bir oluşum söz konusudur. Aktörler boyutuyla ele alındığında bu sürecin diğer ayağı olan vatandaş söz konusu hizmetleri talep ederken ne ölçüde 'müşteri' olarak değerlendirilebilir? Etimolojik anlamda, 'iştir eden, alıcı' olarak tanımlanan müşteri seçenekler arasından alım/seçim yapan kişiyi ifade eder. Dış güvenlik hizmeti veya adalet hizmetleri ise satın almadan öte ancak talep edilebilir. Çünkü yargı erki doğrudan devletin ilgili organları aracılığıyla kullanılır. Bu görüntünün belirsizleştiği özel birtakım tahkim uygulamaları bu anlamda istisna tutulmalıdır. Yarı kamusal mal ve hizmet niteliğinde olan eğitim, sağlık gibi alanlarda müşteri söylemi kısmen doğru bir kullanım imkânı tanır. Çünkü sağlık veya eğitim hizmeti talep etmek yerine bu hizmetleri sunan özel sektör temsilcilerinden satın alınabilmesi durumu yani seçme ve satın almaya ilişkin bir hareket serbestisi söz konusudur. Bununla birlikte bu durum veya imkân her kamusal hizmet için geçerli olmamaktadır. Bu anlamda post-YKY sürecinde, YKY'ye yönelik eleştirilerin temelinde yatan birtakım hususlar kamu hizmeti sunum alanında, kamu hizmeti sunum yöntemlerinde değişimleri tetikleyebilecek potansiyele sahiptir.

Sonuç

Kamu hizmeti devletlerin var oluş sebebi olarak açıklanabilecek kadar önemli bir kavramdır. Devlete misyon yükleyen bu anlayış, farklı dönemlerde farklı yöntemlerde kamu hizmeti sunumunun ortaya çıkmasıyla somutlaşmıştır. Tanımı gereği bizzat devlet tarafından yerine getirilebilen kamusal hizmetler, yine devletin gözetim ve denetimi altında özel hukuk kişilerin de yerine getirilebilmektedir. Devletin kamu yönetimi paradigmasında meydana gelen değişime bağlı olarak kimi zaman özel sektör yoğun bir sunum anlayışı benimsenirken kimi zaman idare ağırlıklı modeller tercih edilebilmektedir. Şüphesiz söz konusu tercihleri etkileyen farklı kriterler söz konusu olmakla birlikte bu çalışmada değişim tetikleyicileri paradigma değişikliği ile sınırlı tutulmuştur. GKY öncesi, GKY, YKY ve YKY sonrası şeklinde dört temel kategoride ele alınabilecek olan kamu yönetimi paradigmaları kısmen belirgin kamu hizmeti sunum ilkeleri ile bütünleşmişlerdir. Ancak bu anlamda genelgeçer bir tanım yapmak pek mümkün görünmemektedir. Diğer taraftan Türkiye üzerinden değerlendirildiğinde tarihsel koşullar ve iç gelişmelerin kamusal hizmet sunumunda devletin rolü ile tercih edilen sunum metodunu şekillendirdiği görülmektedir. Diğer taraftan özellikle GKY'den YKY'ye geçiş sürecinde kamu hizmeti sunumunda kullanılan teknikler bir önceki dönem uygulamalarından nitelik anlamında oldukça farklı görünüm sergilemiştir. Özelleştirme, parçalanma ve özel sektörleşme şeklinde kamusal alana sirayet eden anlayış beraberinde modern kamu özel ortaklığı doğurmuştur. Devletin ve vatandaşların konumlanışlarında söz konusu kamu hizmeti sürecinin uygulanmasında belirgin bir kayma saptanmıştır. Artık devlet, girişimci sıfatını haiz, düzenleyici-denetleyici bir hakem iken, vatandaş piyasa ilişkilerine teslim edilmiş alanda bir müşteriden ibarettir. Kamu hizmeti-vatandaş memnuniyeti değişen şartlar içerisinde varlığını sürdürmeye devam etse de ne hizmetten yararlananlar, ne hizmet sunucuları ne de hizmetin sunum şekli ya da yöntemi aynı değildir. Post-YKY süreci çatı kavram olarak kısmen YKY değerleri üzerine kurulu bir şekilde bu değişimlerin eleştirisi üzerine kurulu görüşlerden meydana gelmektedir. Gelişim süreci üzerinden gerçekleştirilecek olan öznel bir değerlendirme ile YKY sonrası sürecin beraberinde birtakım kamu hizmeti sunum yöntemini getireceği yönünde bir çıkarımda bulunulabilir.

Çalışma, kamu yönetimine hakim paradigma ile kamu hizmeti sunum modelleri arasında bir ilişkinin olup olmadığına dikkat çekmek istemektedir. Bu doğrultuda özellikle kamu yönetimi alanında kamu hizmeti alanında kullanılan yöntemlerin kavramsal açıklamaları ve genel olarak tarihsel süreç içerisindeki kullanımlarına değinilmiştir. Daha çok mevzuat üzerinden değerlendirme şeklinde birtakım bilgiler paylaşılmış ve klasik kamusal hizmet sunum yöntemlerinin yanısıra kamu özel ortaklıklarına bağlı alt uygulamalar ve dijital devlet başlığı altında değerlendirilebilecek blockchain uygulamalarına yer vermektedir. Değerlendirme niteliğindeki bu çalışma alana kamu yönetimi alanında meydana gelebilecek veya kullanılacak kamu hizmeti sunum modellerinin paradigma değişimlerine bağlı olarak hangi yönde şekillenebileceği konusunda katkı sunabilir. Bununla birlikte bu alanda kamusal hizmetlerin sunumunda detaylı tarihsel analiz ve matematiksel ifadeler ile bu bakış açısı zenginleştirilip daha bilimsel bir hale getirilebilir. Herhangi bir devletin kamu hizmeti sunum modellerinin tarihsel süreç içerisindeki yeri bu doğrultuda ele alınabileceği gibi, karşılaştırmalı analiz yöntemiyle farklı ülkeler üzerinden de benzer bir çalışmanın yapılması söz konusu iddianın genel geçerliği açısından fazlaca katkı sunacaktır.

Kaynakça

- Baş, Ö. C. (2020). İdare hukukunda iltizam usulü ve iltizam sözleşmeleri. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 26 (2), 1006-1046. doi: 10.33433/maruhad.806338
- Boztepe, M. (2018). Yeni kamu yönetimi anlayışı ve geleneksel kamu personel rejimi üzerine etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (3), 191-210. doi: 10.32709/akusosbil.425043
- Çal, S. (2008). Türkiye’de kamu hizmeti ve imtiyazın dönüşüm öyküsü. Ankara: *Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği*.
- Çarıkçı, O. (2010). Türkiye’de e-devlet uygulamaları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (12), 95-122.
- Çolak, Ç. (2021). Kamu yönetimi, katılımcılık ve vatandaşın değişen rolü: seçmenden ortak üretici vatandaşa. *Memleket Siyaset Yönetim (MSY)*, 16 (35), 37-72.
- Dunleavy, P., Margetts, H., Bastow, S., ve Tinkler, J. (2006). New public management is dead-long live digital-era governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 16 (3), 467-494. doi:10.1093/jopart/mui057
- Durukal, O. ve N. K. Öztürk (2019). Kamusal hizmet sunumunda blockchain teknolojisi. *Ekev Akademi Dergisi*, 23 (77), 449-456
- Eggers, W. D. ve Macmillan, P. (2015). *Kamu 2020: Kamunun geleceğine yolculuk*. İstanbul: Deloitte.
- EPEC (2021). *EPEC Guide to Public-Private Partnerships*. https://www.eib.org/attachments/publications/epec_guide_to_ppp_en.pdf (Erişim tarihi: 06.12.2021).
- Eryılmaz, B. (2017). *Kamu yönetimi* (10. Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayıncılık.
- Evren, Ç. C. (2007). Bir Danıştay kararı üzerine kamu hizmetinde bedel sorunu. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11 (1-2), 679-691.
- Göçoğlu, V. (2020). Kamu hizmetlerinin sunumunda dijital dönüşüm: nesnelerin interneti üzerine bir inceleme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (1), 615-628. doi: 10.33206/mjss.538784
- Gözler, K. (2003). *İdare hukuku* (2. Cilt). Bursa: Ekin Kitabevi.

- Gözler, K. (2010). *İdare hukuku dersleri* (10. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Gülan, A. (2011). Türkiye’de kamu hizmetlerinin gelişimi. *Journal of İstanbul University Law Faculty*, 56 (1-4), 97-107.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons. *Public Administration*, 69, 3-19. <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/PSPA108/4NMP%20all%20seasonsfulltext.pdf> (Erişim tarihi: 15.11.2021).
- Humphreys, P. C. (1998). *Improving Public Service Delivery*. Institute of Public Administration. https://www.ipa.ie/_fileUpload/Documents/CPMR_DP_7_Improving_PublicService_Delivery.pdf, (Erişim tarihi: 28.11.2021).
- İcra ve İflas Kanunu, Kanun Numarası: 2004, Kabul Tarihi: 09.06.1932, Sayı: 2128.
- İdari Yargılama Usulü Kanunu, Kanun Numarası: 2577, Kabul Tarihi: 06.01.1982, Sayı: 17580.
- Kamu İhale Sözleşmeleri Kanunu, Kanun Numarası: 4735, Kabul Tarihi: 05.01.2002, Sayı: 24648.
- Karasoy, H. A. ve Babaoğlu, P. (2020). Türkiye’de elektronik devletten dijital devlete doğru. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (23), 115-134. doi: 10.38155/ksbd.825899
- Karataş, A. (2019). Post-new public management paradigm and its effects on public administration. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 5 (26), 1796-1805. doi:10.31576/smryj.392
- Küçük, Ü. (2020). *Kamu özel ortaklıklarının kamu yönetimindeki dönüştürücü etkisi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Nohutçu, A. (2019). *İdare hukuku* (24. Baskı). Ankara: Savaş Yayınevi.
- Odyakmaz, Z. ve Kaymak, Ü. (2019). *İdare hukuku* (21. Basım). İstanbul: Oniki Levha Yayıncılık.
- Örsten Esirgen, S. (2012). *Osmanlı Devleti’nde kamu hizmeti imtiyaz sözleşmelerinin hukukî çerçevesi*. Fethi Gedikli (Ed), I. Türk Hukuk Tarihi Kongresi Bildirileri içinde (ss. 317-326), İstanbul: Oniki Levha Yayıncılık.
- Özaltın, O. ve Ersoy, M. (2020). Kamu yönetiminde blokzincir kullanımı: d5 örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10 (2), 746-763. doi: 10.30783/nevsosbilen.748379
- Özay, İ. H. (1994). Ortak yararlı işletme ya da nam-ı diğer müşterek emanet. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası* (İHFM), 54 (1-4), 55-70.
- Özer, M. A. ve Önen, S. M. (2017). *200 soruda yönetim kamu yönetimi* (2. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Parlak, B. (2011). *Kamu yönetimi sözlüğü*. Bursa: MKM Yayıncılık.
- Parlak, B. ve Doğan, K. C. (2016). *Kamu yönetimi (kamu yönetimi disiplininin gelişmesinde rol oynayan kurumsal yönler üzerine bir giriş)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Parlak, B. ve Doğan, K. C. (2021). *Kamu yönetiminde yeni trendler*. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Shittu, A. K. (2020). Public service and service delivery. 1-9. https://www.researchgate.net/publication/344493632_Public_Service_and_Service_Delivery, (Erişim tarihi: 28.11.2021).

- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Sektörler ve Kamu Yatırımları Genel Müdürlüğü (2019). *Kamu Özel İşbirliği Raporu*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/05/Kamu-Ozel_Isbirligi_Raporu-2018.pdf (Erişim tarihi: 07.12.2021).
- Tortop, N., İsbir, E. G., Aykaç, B., Yayman, H. ve Özer, M. A. (2017). *Yönetim bilimi* (11. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Ulu, G. (2008). Türkiye’de kamu hizmeti ve imtiyazın dönüşüm öyküsü. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 57 (4), 405-414. doi: doi.org/10.1501/Hukfak_0000001562
- Uysal, Y. (2020). Klasik kamu yönetiminden yeni kamu işletmeciliği ve post-YKİ’ye kamu hizmetlerinin değişimi ve dönüşümü üzerine bir değerlendirme. *International Journal of Management and Administration*, 4 (7), 112-135. doi: 10.29064/ijma.680548
- Wüst, K. ve Gervais, A. (2018). *Do you need a blockchain?* 2018 Crypto Valley Conference on Blockchain Technology (CVCBT), 1, 45–54. <https://eprint.iacr.org/2017/375.pdf> (Erişim tarihi: 03.12.2021).
- Yıldız, H. (2014). Kamu hukuku ile özel hukukun kesiştiği yer: kamu hizmeti imtiyaz sözleşmelerinde tahkim yolu. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi* (TBB), 111, 279-296.
- Yılmaz, V. ve Mecek, M. (2021). Kavram ve kuramsal açıdan Türkiye dijital kamu yönetimi ve dönüşümü. Berat Akıncı (Ed), *Kamu Yönetiminde Değişim Olgusu Global Trendler ve Yeni Paradigmalar içinde* (ss. 103-133), Ankara: Nobel Yayıncılık.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.



Tüketicilerin Satın Alma Niyetiyle İlişkili Faktörlerin Analizi: Afyon Lokumuna Yönelik Bir Çalışma

Analysis of Factors Related to Consumers' Purchasing Intention: A Study on Afyon Delight

Doç. Dr. Ahmet UYAR¹, Yüksek Lisans Öğrencisi Ummahan Tuğçe DEMİRCİ ARI²

Öz

Son yıllarda gelişen teknoloji ile birlikte mal ve hizmet çeşitliliğinde artış gözlenmektedir. Bu artış ile birlikte işletmeler, benzer özellikler gösteren mal ve hizmetlerin ayırt edilebilmesi için markalaşma yoluna gitmektedir. İşletmelerin markalaşma yolunda başarılı olabilmesi için tüketicilerin markaya güven duyması gerekmektedir. Bunu sağlayabilen markalar tercih edilebilir hale gelecek ve işletme açısından marka sadakati sağlanmış olacaktır. Marka sadakati oluşan tüketiciler ise işletmeye bağlılık duyacak ve satın alma davranışını sürekli hale getirecektir. Bu çalışmada marka güveni, marka tercihi, marka sadakati ve fiyat bilinci faktörleri ile tüketici satın alma niyeti arasındaki ilişki araştırılmaktadır. Bu amaç doğrultusunda 548 tüketici üzerine bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında marka sadakati, güveni, tercihi ve fiyat bilinci ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapılan analizler neticesinde satın alma niyetinin cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, medeni durum gibi demografik değişkenlere göre farklılaşmadığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Marka güveni, marka sadakati, marka tercihi, fiyat bilinci, satın alma niyeti

Makale Türü: Araştırma

Abstract

In recent years, there has been an increase in the variety of goods and services with the developing technology. With this increase, businesses go to branding in order to distinguish goods and services with similar characteristics. In order for businesses to be successful in branding, consumers need to trust the brand. Brands that can provide this will become preferable and brand loyalty will be ensured in terms of business. Consumers with brand loyalty will be loyal to the business and will make their purchasing behavior permanent. In this study, the relationship between brand trust, brand preference, brand loyalty and price awareness factors and consumer purchase intention is investigated. For this purpose, a survey study was conducted on 548 consumers. In the light of the data obtained, it has been revealed that there is a significant relationship between brand loyalty, trust, preference, price awareness and purchase intention. In addition, as a result of the analyses made, it was understood that the purchase intention did not differ according to demographic variables such as gender, age, income level, marital status.

Keywords: Brand trust, brand loyalty, brand preference, price awareness, purchase intention

Paper Type: Research

Giriş

Tüketiciler satın alma deneyimlerine göre bazı markaları daha fazla tercih etmektedir. İşletmeler markalarının bilinirliğini sağlayarak tüketiciler tarafından öncelikli olarak tercih edilmeyi hedeflemektedir. Bu hedefi gerçekleştiren işletmeler, tüketici memnuniyetini sağladıkları için müşterileri ile bir güven bağı oluşturmaktadır. Oluşan bu güven bağı ile birlikte

¹Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, ahmetuyar@aku.edu.tr

²Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ummahantugceari@gmail.com

Atf için (to cite): Uyar, A. ve Demirci Ari, U. T. (2024). Tüketicilerin satın alma niyetiyle ilişkili faktörlerin analizi: Afyon lokumuna yönelik bir çalışma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 80-98.

markanın olumsuz yönleri tüketiciler tarafından göz ardı edilebilmekte bu durum ise ürünün tekrar satın alınmasıyla sonuçlanmaktadır (Fettahlıoğlu, 2008).

Markaya güven duyan tüketiciler, markanın uzun vadede tüm sorumluluklarını yerine getirmesini beklemektedir. Bir markaya sadık olan tüketiciler, diğer markalarda aynı tatmini sağlayamayacaklarını düşünmektedirler. Bu nedenle işletmeler açısından müşterilerin başka arayışlar içine girmelerine engel olmak için her satın alma deneyiminde müşteri memnuniyeti sağlamak gerekmektedir. Satın alma öncesi, satın alma anında ve sonrasında sorumluluklarının bilincinde olan, müşterilerinin devamlılığını önemseyen güçlü markalar, marka sadakatinde başarıya ulaşacaktır. Marka sadakati oluşan tüketici düşük ya da yüksek fiyat algısından etkilenmeyerek ilerleyen zamanlarda da aynı ürünü satın alabileceklerdir. Böylece işletmeler süreklilik ve istikrar sağlamış olacaktırlar (Khiabani ve Karakadılar, 2016; Coşkun, 2019).

Bu çalışmada tüketicilerin satın alma davranışlarına etki eden faktörlerden markaya duyulan güven, marka tercihi, fiyat bilinci ve markaya olan sadakat araştırılmıştır. Çalışma Afyonkarahisar ilinde lokum satın alan müşteriler üzerine gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, tüketicilerin lokum markalarını tercihlerinde; marka güveni, marka tercihi, fiyat bilinci ve marka sadakatinin satın alma davranışlarında etkili olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca demografik faktörlerin bu tercihte nasıl bir rol oynadığı da araştırmanın başka bir boyutunu oluşturmaktadır.

Çalışmada lokum sektörünün tercih edilmesinin nedeni; Türk tatlısı olarak dünyaca tanınmış olması ve birçok lokum markası bulunmasından dolayı müşteri tercihi konusunda araştırmaya elverişli bir sektör olarak görülmesidir. Bunun yanında 124 ülkeye satılan ve yıllık 125 tona yakın ihracat rakamına yaklaşan lokumun markalaşması ve satın alınma nedenlerinin araştırılması da çalışmanın bu sektör üzerinde yapılmasının diğer bir nedenidir (Güçlüer, 2021).

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Marka Güveni

Marka güveni, tüketicilere mal ya da hizmetle ilgili tehlikeli bir durumun yaşanmayacağına hissinin verilmesidir. İnsanlar arasındaki güven ilişkisinde olduğu gibi markalar için de vaatlerin yerine getirilmesi önemlidir. Tüketicinin bir markaya güven duyması, markaya olan bağlılığını arttırmaktadır. Marka bağlılığı da işletmenin kazancını sürekli hale getirmektedir. İşletme ile tüketici arasında kurulan güven ortamı, iki tarafı ortak bir payda da buluşturup tüketicilerin markaya sempatisini ve samimiyetini arttırmakta, müşteri memnuniyeti ve sadakatinin oluşmasını sağlamaktadır (Coşkun, 2019, s. 22).

Marka güveni, geçmiş deneyimler ve etkileşimler aracılığıyla gelişmektedir. Tüketicilerin marka ile ilgili bilgi ve deneyimleri zaman içinde gelişerek güveni oluşturmaktadır. Marka güveni; güvenilirlik ve niyetler olmak üzere iki boyuta sahiptir. Güvenilirlik boyutu, tüketici istek ve ihtiyaçlarının giderebilmesi, ayrıca tüketiciye verilen sözlerin tutulması anlamına gelmektedir. Niyetler boyutu ise, tüketici çıkarlarının korunması, refahının sağlanması ve bir problemle karşılaşıldığında çözüme kavuşturulması anlamına gelmektedir. Bu boyuta göre, marka ile müşteri arasında yaşanabilecek olası bir krizde müşterinin markaya daha toleranslı bir tutum sergilemesi sağlanmaya çalışılmaktadır (Delgado-Ballester, Munuera-Aleman ve Yague-Guillen, 2003).

İşletmelerin ulaşmak istedikleri satış hacmi üzerinde, tüketicilerin markaya duydukları güvenin önemli bir yeri bulunmaktadır (Khiabani ve Karakadılar, 2016, s. 58). Marka güvenini etkileyen faktörler; marka karakteristikleri, firma karakteristikleri ve tüketici marka karakteristikleri olmak üzere üç kategoride ele alınmaktadır. Marka karakteristiğini marka itibarı, marka öngörülebilirliği, marka yetkinliği oluştururken; firma karakteristiğini firmaya duyulan güven, firmanın itibarı, algılanan firma motivasyonları, firmanın dürüstlüğü oluşturmaktadır. Tüketici-marka karakteristiklerini; marka kişiliğinin benzerlikleri, marka

beğenisi, marka deneyimi, marka memnuniyeti ve kullanıcı desteği oluşturmaktadır (Müezzinoğlu, 2019, s. 64-68).

1.2. Marka Tercihi

Tüketiciler marka tercih ederken birçok faktörden etkilenmekte, genellikle de kendisine en fazla yarar sağlayan ürünleri tercih etmektedirler. Bazı durumlarda ise sadece kendilerini anlık olarak mutlu edecekleri seçimler yapabilmektedirler. Tüketicilerin marka tercihlerini etkileyen faktörlerden bazılarını şunlardır; Tüketici ihtiyaçlarının niteliği, markayı algılama biçimi, işletmelerin pazarlama ve reklam stratejileri, markanın imajı, tutumlar, çevrenin kültürel özellikleri, demografik özellikler, sosyal sınıf ve referans gruplarının nitelikleri, ürün yaşam dönemi ve satın alma kararı verilirken oluşan anlık şartlar. Bu faktörlerden etkilenen tüketiciler farklı bilişsel ve fiziksel şartlar neticesinde satın alma kararını gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla marka tercihi bir dizi karmaşık işlem ve süreç sonunda meydana gelmektedir (Ak, 2009, s. 61-62).

1.3. Fiyat Bilinci

Fiyat bilinci; bir mal ya da hizmet için yüksek bir ücret ödemekten kaçınma, fiyatı aşırı yüksek olan bir ürün veya hizmeti satın almaktan vazgeçmeye istekli olabilme durumu olarak açıklanabilmektedir. Tüketicinin sınırlı olan kaynakları ile en yüksek düzeyde fayda elde etmek istemesi, yüksek fiyat bilincine sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca fiyat bilinci yüksek olan tüketiciler, fiyata karşı duyarlılığı olmayan tüketicilere göre satın alma öncesi ürün ya da hizmet ile ilgili daha fazla fiyat araştırması yapmakta, kampanya ve indirimleri daha sıklıkla takip etmektedirler (Leblebicioğlu ve Bilgen, 2019, s. 144).

Tüketicilerin fiyat bilincini; enflasyon, işsizlik, faiz oranları, ekonomik büyüme gibi makroekonomik faktörler etkilemektedir. Bu faktörler ekonominin kontrol mekanizması gibidir ayrıca tüketicilerin gelecekteki satın alma niyeti, markaya olan güveni ve fiyat odaklılığı üzerinde büyük ölçüde etkiye sahiptirler. Rakiplere göre belirgin fiyat avantajı olan markalar ekonomik durgunlukta iyi performans gösterme ve fiyat avantajı bekleyen tüketicileri daha fazla etkilemektedirler (Müezzinoğlu, 2019, s. 80-81).

1.4. Marka Sadakati

Marka sadakati; tüketicilerin sadece tek bir markaya odaklanarak yalnızca o markayı tercih etmesi durumu olarak ifade edilmektedir. Müşteriler memnun olduklarında markaya olan bağlılıkları artmakta, gelecek alışverişlerinde sürekli olarak aynı markadan satın alma eğilimi sergilemektedirler. Böylece ürün ya da hizmet hakkında araştırma yapmalarına gerek kalmamaktadır. Bu durum tüketicilere zaman tasarrufu sağlamakta, satın almadan kaynaklanan olası risklere karşı bir güven ortamı oluşturmaktadır (Uzunkaya, 2016, s. 59).

Marka sadakatini etkileyen beş faktör bulunmaktadır. Bu faktörler; marka imajı, markaya duyulan güven, marka yeterliliği, algılanan kalite ve müşteri tatminidir (Uzunkaya, 2016, s. 61). Marka imajı; öznel ve algısal olguların tüketici zihninde oluşturduğu şekil olarak tanımlanmaktadır. Tüketiciler tarafından yaşanan deneyimler ve çeşitli kaynaklardan edinilen bilgiler marka imajının oluşmasında etkilidir.

Markaya duyulan güven; işletmelerin tüketicilere sundukları vaatleri yerine getirmeleri durumudur. Tüketici, marka vaatlerini yerine getirdiğinde ve kendisine değer verildiğini hissettiğinde markaya olan güveni artmaktadır. Marka yeterliliği; tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilen ve yaşanan problemlerde etkili çözüm sunabilen markaların sağladıkları yeterliliğe verilen isimdir. Tüketiciler, bir markanın yeterliliğini kişisel deneyimleriyle belirleyebilecekleri gibi başka kullanıcılar ile iletişim kurarak da bu görüşe sahip olabilirler.

Algılanan kalite; markaların tüketicilere kalite garantisi sunarak, dayanıklı ve kullanışlı ürün düşüncesini tüketici zihnine yerleştirmesi anlamına gelmektedir. Bunu sağlayabilen işletmeler tüketicilerin algılarında yüksek kaliteye sahip olur ve bu durumda ürün/hizmet

satışını kolaylaştırır. Müşteri tatmini; mal ya da hizmetin satın alınıp kullanılması neticesinde oluşan yargılara verilen isimdir. Satın alınan üründen ne oranda fayda sağlandığı ve beklentilerin karşılanıp karşılanmadığı müşteri tatminini oluşturmaktadır (Uzunkaya, 2016, s. 61-62).

Marka sadakati, davranışsal marka sadakati ve tutumsal marka sadakati olarak ikiye ayrılmaktadır. Davranışsal yaklaşımda marka sadakati, satın alma davranışının gerçekleştirilme sıklığı ile ölçülmektedir. Tutumsal yaklaşıma göre ise marka sadakati, tüketicinin tatmin, bağlılık ve marka ile bütünleşme gibi değerlendirmeleri sonucunda markaya karşı edinilen olumlu izlenim olarak görülmektedir. Tüketicilerin markayı nasıl gördüğü, nasıl algıladığı ve neye göre değerlendirerek satın alma tercihinde bulunduğu tutumsal yaklaşımın incelediği başlıca konulardır (Khiabani ve Karakadılar, 2016, s. 59-60).

1.5. Satın Alma Niyeti

Satın alma niyeti; tüketicilerin çeşitli uyarılara karşı belirli tepkilerini ortaya koyan, satın alma davranışının eyleme geçmeden önceki halini ifade eden, tüketici karar süreci aşamalarından biridir. Tüketicilerin satın alma eğilimleri birtakım etkenler nedeniyle farklılaşabilmektedir. İşletmeler yeni geliştirecekleri ürünlerde ya da var olan ürünlerin satışında satın alma niyetlerine ilişkin veriler kullanılmaktadır (Mutlu, Çeviker ve Çirkin, 2011, s. 55).

Tüketicilerin bir mal ya da hizmete olan istek veya ihtiyacı doğrultusunda satın alma planı yapması, satın alma niyetinin ortaya çıkışını ifade etmektedir. Niyetin ortaya çıkması ile birlikte tüketici mal ya da hizmeti değerlendirmeye alacak ve satın almaya değer bulursa satın alma davranışı gerçekleşecektir (Turgut, Akyol ve Giray, 2016, s. 60).

Tüketici satın alma niyetinin, satın alma davranışına dönüşebilmesi için belirli süreçlerden geçmesi gerekmektedir. Bu süreçler; problemi tanıma, bilgi arama, alternatifleri değerlendirme, satın alma kararı ve satın alma sonrası davranış olmak üzere beş aşamada incelenmektedir (Ünüvar, Kılınç, Sarı Gök ve Şalvarcı, 2018, s. 24). Bu süreçleri etkileyen ise çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bunlar insanların farklı ürün tercihinde bulunmalarının da nedenleridir. Tüketicilerin satın alma karar sürecini etkileyen faktörler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Tüketicilerin satın alma karar sürecini etkileyen faktörler

Sosyal Faktörler	Psikolojik Faktörler	Demografik Faktörler	Durumsal Faktörler	Ekonomik Faktörler
Aile	Kişilik	Yaş	Ürünün kullanım yeri	Tüketicinin ekonomik durumu
Sosyal Sınıf	Güdüleme	Cinsiyet,	Tüketim amacı,	Satın alma gücü
Kültür	Algılama	Medeni durum	Rekabet durumu,	Enflasyon
Referans Grubu	Öğrenme	Gelir düzeyi	Ürüne bağlı hizmetler	Faiz oranları
	Tutum	Eğitim durumu	Fiyat	
	İnanç		Ambalaj	
			Vitrin düzenlemesi	
			Satışçıların eğilimi	

Kaynak: Fettahlıoğlu, 2008

Satın alma niyetiyle ilgili literatürde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bir kısmı satın alma davranışlarının demografik faktörlere göre nasıl farklılaştığını araştırırken, bir kısmı da marka ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Literatürde yer alan çalışmalardan bazıları şunlardır;

Akman (2004) yaptığı çalışmada, tüketicilerin alışveriş esnasında fiyat unsuruna ne kadar dikkat ettiklerini ve raflarda yer alan benzer ürünlerin fiyatları ile satın alacakları ürünler arasında kıyaslama yapıp yapmadıklarını incelemiştir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul'da yaşayan 1000 tüketici üzerinde bir anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda tüketicilerin cinsiyet farklılıklarının fiyat bilinci üzerinde etkili olduğu ve kadınların erkeklere

oranla benzer ürünler arasında daha fazla fiyat karşılaştırması yaptığı ortaya konulmuştur. Ayrıca tüketicilerin yaşlarının da fiyat bilinci üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya göre ileri yaştaki tüketiciler, genç yaştaki tüketicilere göre daha fazla fiyat karşılaştırması yapmaktadır. Ayrıca tüketicilerin sosyo-ekonomik statüsü de fiyat bilinci üzerinde etkili olmaktadır. Tüketicilerin geliri düştükçe fiyat karşılaştırması yapma eğilimleri artmaktadır.

Nirmala ve Dewi (2011) yaptıkları çalışmada tüketicilerin cinsiyetlerinin, çevrimiçi satın alma deneyimlerinin ve alışveriş yönelim unsurlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. Bu amaçla Endonezya'da internet üzerinden moda ürünleri satın alan, yaşları 15 ile 30 arasında değişen 210 tüketiciye anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda alışverişten keyif alma, fiyat bilinci, evden alışveriş eğilimi, tüketici yenilikçiliği ve satın alma deneyiminin çevrimiçi moda ürünleri satın alma niyeti üzerinde önemli etkileri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca cinsiyet değişkeninin de çevrimiçi satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğu, kadınların çevrimiçi alışveriş yapma niyetlerinin erkeklere göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Marka/moda bilinci, alışveriş güveni ve zaman bilincinin ise çevrimiçi satın alma niyeti üzerinde etkili olmadığı saptanmıştır.

Hanzaee ve Andervazh (2012) kozmetik sektörü üzerine yaptıkları çalışmada marka sadakati ile satın alma niyetini ilişkilendirmiştir. Marka sadakatini etkileyen faktörler olarak; marka adı, ürün kalitesi, fiyat, tasarım, promosyon, hizmet kalitesi ve mağaza ortamı unsurları ele alınmıştır. Bu doğrultuda İran'ın Tahran şehrinde 16-45 yaş aralığındaki 408 kadın tüketiciye bir anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, marka sadakati için belirlenen yedi faktör ile satın alma niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada tüketicilerin marka değiştirmelerini önlemenin ve akılda kalıcılığı sağlamanın marka sadakatiyle oluşabileceği vurgulanmıştır.

Madahi ve Sukati (2012) tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin demografik faktörleri (yaş, cinsiyet, milliyet) ile coğrafi faktörlerin satın alma niyeti üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu amaçla 325 tüketiciye anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda cinsiyet değişkeninin satın alma niyetine etki ettiği, kadınların erkelere oranla ürün satın alırken çevrelerinden daha fazla etkilendiği belirlenmiştir. Ayrıca milliyet değişkeninin de satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu ve bu etkinin Malezyalılarda Çinli ile Hintlilerden daha fazla olduğu görülmüştür.

Malik vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada, marka bilinirliği ve marka sadakatinin satın alma niyeti üzerindeki etkisi anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu amaçla Pakistan'ın dört şehrindeki 220 hazır giyim müşterisine bir anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, marka bilinirliği ve marka sadakatinin satın alma niyeti üzerinde güçlü bir etkisi olduğu belirlenmiştir. İşletmelerin satın alma niyetini arttırmak için marka bilinirliği ve sadakatini geliştirmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunu gerçekleştirebilmek için de işletmelerin müşterileriyle verimli bir iletişim sistemi geliştirmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Söylemez ve Taşkın (2015) tarafından yapılan çalışmada, küreselleşme tutumu, küresel tüketici odaklılık, küresel ve yerel kimlik, küresel marka tutumu, algılanan küresel marka değeri, markanın küresellik algısı değişkenlerinin, tüketicilerin satın alma niyeti üzerinde etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi'nde bulunan 344 akademik personel üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, küresel marka tutumu üzerinde küreselleşme tutumunun ve yerel kimliğin anlamlı etkisinin olduğu, küresel tüketici odaklılık ve küresel kimliğin etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Küresel marka değer üzerinde küreselleşme tutumunun, küresel tüketici odaklılığının ve yerel kimliğin etkili olduğu; markanın küresellik algısı üzerinde ise küreselleşme tutumu, yerel kimlik ve küresel tüketici odaklılığın etkili olduğu belirlenmiştir. Satın alma niyeti değişkenine bakıldığında da, küresel marka tutumu ve markanın küresellik algısının etkili olduğu, fakat algılanan küresel marka değerinin etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre, tüketicilerin satın alma

niyetini etkileyen küresel marka unsurlarının belirlenmesinin, pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemi vurgulanmıştır.

Khiabani ve Karakadılar (2016) tarafından yapılan çalışmada marka sadakati, benimseme ve satın alma niyeti olarak iki boyutta ele alınmıştır. Marka algısı ve memnuniyet hissinin, marka sadakati üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda, İstanbul'da çeşitli üniversitelerde okuyan 83 öğrenciye ve İran'da Tebriz Azad Üniversitesi'nde eğitim gören 79 öğrenciye anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, tüketicilerin memnuniyet duygusu ile satın alma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin marka tercihinde bulunurken marka benimseme düzeyinin önemli bir değeri olduğu anlaşılmış olup, marka benimseme düzeyi ile marka sadakati arasında kritik bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. İnsanların markayı benimsemelerinin markaya duydukları güveni etkiledikleri anlaşılmış, güven duyulan markaların ise tekrar satın alma eğiliminde olduğu görülmüştür.

Uzunkaya (2016) marka sadakatının tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkisini anlamak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu amaçla Kocaeli'nde yaşayan, 18 yaş ve üzeri olan GSM kullanıcılarına bir anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda marka sadakatının tekrar satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu, bu etkinin tüketicilerin yaşlarına, gelirlerine, eğitim düzeylerine ve medeni durumlarına göre de farklılaşabildiği belirlenmiştir. Çalışmada, operatörlerin, tüketiciler üzerinde marka sadakati oluşturarak tekrar satın alma niyeti gerçekleştirmelerini sağlayabilmek için kullanıcıların değişen istek ve ihtiyaçlarına karşılık verebilmeleri gerektiği anlaşılmıştır.

Şahin ve Gültekin (2017) tarafından yapılan çalışmada, toplumun milli bilincinin marka sadakatine yansması araştırılmış, tüketicilerin etnosentrik eğilimleri ile marka sadakati arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu doğrultuda Konya'da 6 şubesi olan Mavi Jeans mağazasının 330 müşterisi üzerine bir anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda tüketicilerin markaya duydukları güveninin marka sadakati üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Müşterilerin bir markayı ikinci kez alabilmesi için marka güveninin önemi vurgulanmıştır.

Önen (2018) tarafından yapılan çalışmada, marka tercihi, marka güveni ile marka sadakati arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul'da kırtasiye sektöründeki hizmet veren 3 büyük markanın (Faber-Alman menşei, Bic-Fransa menşei, Fatih-Türk menşei) kullanıcıları olan öğretmenlere bir anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda marka güveninin hem marka sadakatini hem de marka tercihinin anlamlı ve pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca marka tercihinin de marka sadakatini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Hansopaheluwakan vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin şişelenmiş su satın alma tercihlerinde marka değerinin ve marka güveninin etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Tangerang şehrinde yaşayan 170 tüketiciye anket uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre, marka değerinin tüketici satın alma niyetini doğrudan olumlu ve önemli ölçüde etkilediği, fakat marka güveninin tüketici satın alma niyetini doğrudan olumlu olarak etkilerken önemli ölçüde etkilemediği tespit edilmiştir. Ayrıca, marka değeri ve marka güveninin tüketiciler üzerinde marka tercihi aracılığıyla satın alma niyetinde dolaylı olarak olumlu ve önemli bir etkisi olduğu belirtilmiştir. Tüketicilerin satın alma niyetinde, daha öznel olan marka tercihinden etkilendikleri, bu nedenle de işletmelerin marka bilinirliğini arttırmak için, iyi bir marka stratejisi geliştirmeleri ve bu durumu reklamlarla desteklemeleri gerektiği vurgulanmıştır.

Purwanto vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin helal sertifikalı gıda satın almalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Endonezya'da bulunan 110 helal gıda tüketicisi üzerinde uygulanan anket ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler ışığında, tüketicilerin sağlık ve algılanan değer açısından ürünlerin helalliklerine önem verdikleri ve bu doğrultuda helal gıdaya olan farkındalığın arttığı belirlenmiştir. Helal pazarlamanın marka imajı üzerinde oldukça önemli bir etkisi olduğu vurgulanmıştır. Diğer değişkenler açısından

bakıldığında, gıda güvenliği, helal sertifikası, marka imajı ve algılanan kalite değişkenlerinin satın alma niyeti üzerinde dolaylı olarak etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Solihin vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, marka imajının ve mağaza atmosferinin tüketicilerin satın alma niyeti ve satın alma kararında etkisinin olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın konusu, Samsung marka akıllı telefonlar olarak seçilmiş ve 98 tüketiciye anket uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre, tüketicilerin, Samsung'un dünyanın en kaliteli bir numaralı marka olduğunun bilincinde olmaları nedeniyle, marka imajının satın alma kararları üzerinde etkili olmadığı belirlenmiştir. Buna karşın, Samsung mağazalarında, mağaza atmosferinin satın alma kararları üzerinde önemli bir etkisinin olduğu ve mağaza atmosferi ne kadar iyi olursa satın alma kararlarının da o oranda artacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Söylemez ve Şahin (2021) tarafından yapılan araştırmada, tüketicilerin küresel spor giyim markalarına yönelik olan tutumları ve satın alma niyetlerini etkileyen değişkenler incelenmiştir. Araştırma kapsamında, 18 yaşın üzerinde olan ve küresel spor giyim markalarını tercih eden 314 tüketiciye anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, tüketicilerin küresel marka tutumları üzerinde küresel kimlik, küresel tüketim odaklılık ve materyalizm kriterlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda, küresel marka tutumunun, küresel marka satın alma niyeti üzerinde de etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin ortak özellikler açısından üç farklı doğal kümeye ayrıldığı ve araştırmada analizi yapılan kriterlerin kümelenme bakımından da kullanılabilir oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

1.6. Türkiye'de Lokum Sektörü

Lokum, boğaz rahatlatan anlamına gelen "rahat ul-hulküm" olarak adlandırılan, Anadolu ve Osmanlı topraklarında üretilmiş olan, daha ziyade şeker, nişasta, un ve gerektiğinde değişik çeşni maddeleri katılarak, tekniğine uygun şekilde hazırlanan bir gıda ürünüdür (Batu, 2006).

15. yüzyıldan beri Anadolu'da bilinen ve 18. yüzyılda bir İngiliz turistin ülkesine götürmesi ile birlikte Avrupa'da tanınmaya başlayan lokum, uluslararası şekerlik literatürüne Türk Lokumu (Turkish Delight) ismiyle girmiştir. Bugünkü biçimine 19. yüzyılda ulaşan Lokum Türkiye'ye ait uluslararası bir marka olarak tanınmaya başlanmıştır. İlk üretildiği dönemlerde tatlandırıcı olarak bal ile pekmezin kullanıldığı, daha sonraları bağlayıcı olarak su ve unun üretim sürecine dâhil edildiği, 18. yüzyılın sonlarına doğru ise rafine şeker eklenerek, bugünkü halini alan bir gıda maddesidir (Visit Afyon, 2021).

Türk gıda kültürü için önemli bir yere sahip olan lokum, Türk tatlısı olarak dünyaca tanınmıştır ve pek çok ülkeye ihracatı gerçekleştirilmektedir. Tablo 2'de en çok ihracatı yapılan altı ülke görülmektedir (ITC, Trade Map, 2015-2020).

Tablo 2. Türkiye tarafından ihraç edilen şekerler ve şekerlemeler ithalat pazarları listesi (ABD doları-bin)

İTHALATÇILAR	2016	2017	2018	2019	2020
ABD	80.659	77.927	84.766	98.557	105.990
IRAK	45.719	60.601	50.052	45.206	49.377
BİRLEŞİK KRALLIK	26.698	29.300	31.206	35.469	38.957
ALMANYA	27.459	29.914	29.012	27.455	30.460
SURİYE ARAP CUMHURİYETİ	7.694	12.738	23.534	16.134	27.305
HOLLANDA	16.554	16.955	13.805	18.984	21.081
DİĞER	322.984	358.515	367.566	375.358	397.281
TOPLAM	527.767	585.950	599.941	617.163	670.451

Kaynaklar: ITC hesaplamaları, Ocak 2015'ten bu yana Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) istatistiklerine dayanmaktadır. ITC hesaplamaları, Ocak 2015'e kadar BM COMTRADE istatistiklerine dayanmaktadır.

1.7. Afyon Lokumu

Afyonkarahisar konum olarak farklı illeri birbirine bağlayan geçiş güzergahında bulunmaktadır. Termal ve tarihi zenginliklere sahip olması nedeniyle turizm açısından tercih edilen bir şehirdir. İnsanlar gezi ya da iş amaçlı seyahatlerinde Afyonkarahisar'a uğramakta ya da termal turizmden faydalanmaktadırlar. Bu ziyaretler sırasında Afyonun bir markası haline gelen lokumu satın almaktadırlar. Yerli turistler için önemli bir satın alma kalemi olan lokum Afyonkarahisar ili özelinde de farklı anlamlar taşımaktadır. Özellikle kız isteme, kutlama, davet ve ziyaretlerde hediye olarak lokum götürülmektedir. İl içi ve dışında ünü hızlı bir şekilde yayılan lokumun üretim miktarı her geçen yıl artmaktadır. Afyonkarahisar'da Lokumculuk, 50 yıldır gıda sanayinin önemli kollarından biri halini almıştır. Şehrin organize sanayi bölgesinde "Lokumcular Sitesi" olarak adlandırılan özel bir alan bulunmaktadır (Afyonkarahisar Belediyesi, 2018). Afyonkarahisar ilinin en önemli sektörlerinden biri olan Şeker ve Şekerleme ürünleri ihracatı 2010 yılında 1 milyon 720 bin dolar iken 2017 yılında 8 milyon doları bulmuştur. 2019 yılında ise lokum üretimi 9 bin 798 ton olarak gerçekleşmiştir (ATSO, 2021).

Afyonkarahisar, gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na girmiştir. Gaziantep ve Hatay'dan sonra, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda yer alan Türkiye'nin 3. İli olmuştur. Afyon Lokumu da Coğrafi İşaret tescilli ürünlerden biridir (Afyon KTB, 2019).

2. Yöntem

Bu çalışmanın amacı; tüketicilerin marka güveni, marka tercihi, marka sadakati ve fiyat bilinci faktörlerinin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini araştırmaktır. Ayrıca tüketicilerin demografik özelliklerinin satın alma niyetleri ile ilişkili olup olmaması da araştırmanın diğer bir konusudur. Araştırma, tüketici satın alma niyeti ile ilişkisi bulunan faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörler doğrultusunda işletmelerin marka stratejilerini geliştirmeye yönelik yol göstermesi, böylece işletmelerin sadık müşteri kazanmaları için yapmaları gerekenler açısından önem taşımaktadır. Pilot çalışmada anketörlerden elde edilen veriler ışığında Afyon Lokumu denilince akla ilk gelen altı marka (İkbal Şekerleme, Ogaş Şekerleme, Lokum Atölyesi, Öztaylan Yayla Şekerleme, Altınay Lokum, Hacı Mustafa Han Lokumları) belirlenmiştir. Bu markalar üzerinde nicel bir araştırma yapılmış ve tüketicilerden tercih sıralaması alınmıştır.

Bu çalışma nicel bir araştırma olup veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 26 paket programı kullanılmış olup, ölçek güvenilirliği için Cronbach Alpha güvenilirlik testinden ve ölçek faktör yapıları için faktör analizinden yararlanılmıştır.

Araştırmada marka güveni, marka tercihi, marka sadakati, fiyat bilinci, demografik faktörler ile satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi göstermesi açısından Şekil 1'deki model oluşturulmuştur.

Şekil 1. Araştırma modeli



Araştırma modeline dayalı olarak oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H1: Tüketicilerin markaya duydukları güven ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Tüketicilerin marka tercihi ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Tüketicilerin markaya olan sadakatleri ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Tüketicilerin fiyat bilinci ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Tüketicilerin satın alma niyeti cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H6: Tüketicilerin satın alma niyetleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H7: Tüketicilerin satın alma niyetleri yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H8: Tüketicilerin satın alma niyetleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Araştırma için hazırlanan anket formunun ilk bölümünde demografik ve kişisel özellikleri belirlemek için 9 ifade yer almıştır. İkinci bölümde marka güveni, marka tercihi, marka sadakati, fiyat bilinci ve satın alma niyetini içeren 25 ifade için 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4-Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum).

Uygulanan anket formunda kullanılan ölçekler için bazı geçmiş çalışmalardan yararlanılmıştır. Marka güveni ölçeği için, Atılğan vd. (2009) tarafından oluşturulan 4 ifade ve Delgado-Ballester (2004) tarafından geliştirilen 3 ifade alınarak uyarlanmıştır. Marka sadakati ölçeği için, Carroll ve Ahuvia'nın (2006) çalışmasından 1 ifade ve Özdemir ve Koçak'ın (2012) çalışmasından 4 ifade alınarak uyarlanmıştır. Marka Tercihi ölçeği için, Chang ve Liu'nun (2009) geliştirdiği 4 ifade alınarak uyarlanmıştır. Fiyat Bilinci ölçeği için, Hansen (2013) tarafından oluşturulan 4 ifade alınarak uyarlanmıştır. Satın Alma Niyeti ölçeği için, Bizarrias vd.'nin (2017) çalışmasında yer alan 5 ifadeden faydalanılmıştır.

Anketin güvenilirlik ölçütü için 20 tüketici üzerinde pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmada yer alan tüketicilerin farklı mesleklerden kişiler olmalarına ve farklı eğitim durumlarına sahip olmalarına dikkat edilmiştir. Pilot çalışma neticesinde sorular daha anlaşılır hale getirilmiştir. Ayrıca çalışmada tercih sıralaması istenen altı lokum markası da bu pilot çalışmada ortaya çıkartılmıştır.

Afyon Lokumu üzerine yapılan bu araştırmanın evrenini Afyonkarahisar'da yaşayan tüketiciler oluşturmaktadır. Afyonkarahisar ilinin nüfusu %49,86'sı erkek ve %50,14'ü kadın olmak üzere toplam 736.912 kişidir (Afyonkarahisar Valiliği, 2021). Farklı evrenler için kabul edilebilir asgari örneklem büyüklükleri tablosuna göre %95 güven düzeyine karşılık gelen minimum 384 kişi olduğu tespit edilmiş olup bu sayı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü oluşturulmuştur (Gürbüz ve Şahin, 2018, s. 130). Araştırmada örneklem tekniği olarak olasılıklı olmayan örneklem tekniklerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi seçilmiş olup, 25 Nisan 2021 ile 25 Temmuz 2021 tarihleri arasından online olarak toplanan 548 anket analize dahil edilmiştir.

2.1. Araştırma Etik Boyutu

Araştırma için etik kurul izni Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 25/06/2021 tarih ve 2021/277 toplantı karar sayısı ile alınmıştır.

3. Bulgular

3.1. Güvenilirlik Analizi

Ölçüm araçlarında maddelerin birbirleriyle tutarlı olup olmadığını ve maddelerin söz konusu kavramı ölçüp ölçmediğini belirlemek için kullanılan en yaygın ve güçlü yöntem Cronbach's Alfa değerinin saptanmasıdır. Cronbach's Alfa değerinin temel araştırmalarda en az 0,80 uygulama araştırmalarında ise en az 0,90 olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018, s. 157-158).

Tablo 3. Güvenilirlik analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
,975	25

Tablo 3'te yer alan sonuçlara göre Cronbach's Alfa güvenilirlik katsayısı 0,975 olarak bulunmuş ve ölçüğün oldukça yüksek güvenilirlikte olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, birbiri ile ilişkisi bulunan çok sayıdaki değişkenlerin gruplarını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca faktör analizi bir veri azaltma tekniği olup, az sayıda faktör elde etmek için yararlanılmaktadır. Faktör analizi yapılarak değişkenler ve faktörler arasındaki ilişki biçimleri ortaya konmaya çalışılmaktadır. Önceden geliştirilen ölçüm araçlarının veriler ile doğrulanma durumu tespit edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018, s. 317).

Tablo 4'teki faktör analizine göre beş faktörden oluşan bu çalışma toplam varyansın %84'ünü açıklamaktadır. Çalışmadaki örneklemden elde edilen verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla KMO (Kaiser Meyer Olkin) testi de yapılmıştır. Bu testin sonucunda KMO değeri 0,968 olarak belirlenmiş olup örneklemden elde edilen veri setinin faktör analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2006). Yapılan faktör analizi neticesinde 4 ifade yüklemeye yaptığı boyutun faktör yapısını anlamsal açıdan bozduğu ya da birden fazla faktöre yüklemeye yaptığından dolayı çalışmadan çıkarılmıştır. Çalışmadan çıkarılan ifadeler; Marka Sadakati faktörüne ait olan "İlk tercihimde yer alan lokum markasını satın almaya devam edeceğim." ve "Tekrar lokum satın almam gerektiğinde yine ilk tercihimde belirttiğim markayı tercih ederim." ifadeleri; Marka Tercihi faktörüne ait olan "Diğer markalardan önce ilk tercihimdeki markayı satın almayı düşünürüm." ifadesi; Fiyat Bilinci faktörüne ait "Düşük fiyatlardan yararlanmak için birden fazla lokum firmasını gezerim." ifadesidir. Özdeğeri istatistiği 1'den büyük olan faktörler anlamlı olarak kabul edilmektedir. Öz değer faktörlerin açıklanan varyansını hesaplamada ve önemli faktör sayısını saptamada kullanılmaktadır (Çakır, 2014, s. 5). Çalışmada beş faktörün özdeğeri 5 den büyük olduğu için anlamlı kabul edilerek çalışmaya dâhil edilmiştir. Tablo 4'e göre katılımcıların en fazla katıldıkları ifade "Düşük fiyatları bulmak için bir lokum firmasından daha fazla firmayı gezmem" ifadesi olurken en az katıldıkları ifade "Diğer markalar daha iyi teklifler önerse de yine ilk tercihimde belirttiğim markayı tercih ederim" ifadesidir. Buna göre ankete katılan kişilerin lokum satın alırken fiyattan ziyade beğeniye önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Keşfedici faktör analizi sonuçları

Faktörler/Maddeler	1	2	3	4	5	Cronbach's Alpha	Ortalama
MARKA GÜVENİ						,902	4,0055
1.İlk tercihimde belirttiğim lokum markasına güveniyorum.	,790						3,9708
2.İlk tercihimde yer alan lokum markası beklentilerimi karşılar.	,824						3,9708
3.İlk tercihimde belirttiğim lokum markası vaat ettiği kaliteyi sunar.	,850						3,9653
4.İlk tercihimdeki lokum markasının kalitesi daima sürekli ve istikrarlıdır.	,848						3,8522
5.İlk tercihimde yer alan lokum markası reklamlarında vaat ettiklerini sunuyor	,806						3,8449
6.İlk tercihimdeki lokum markası beni asla hayal kırıklığına uğratmaz.	,802						3,8431
7.İlk tercihimde belirttiğim lokum markasının ürünleri ile ilgili bir problemim olduğunda, firmanın bu problem çözeceğine güvenirim.	,772						3,4891
MARKA SADAKATI						,905	3,5073
9-İlk tercihimdeki lokum markasına bağlılığım söz konusudur.		,789					3,4033
11-İlk tercihimdeki markaya, diğer markalardan daha fazla ödeme yapabilirim		,755					3,4124
12-İlk tercihimde yer alan lokum markasına tutku ile bağlıyım.		,851					3,4507
MARKA TERCİHİ						,887	3,7920
14-Diğer markaların özellikleri ilk tercihimdeki marka kadar iyi olsa bile yine bu markayı tercih ederim.			,756				3,4252
15-Diğer markalar daha iyi teklifler önerse de yine ilk tercihimde belirttiğim markayı tercih ederim.			,741				3,3668
16-Daha sonraki satın alımlarda yine ilk tercihimdeki markayı tercih ederim.			,475				3,5055
FİYAT BİLİNCİ						,725	3,8869
17-Daha düşük fiyatlar bulmak için ekstra çaba göstermeye istekli değilim.				,692			3,8850
19-Düşük fiyatları bulmak için bir lokum firmasından daha fazla firmayı gezmem.				,784			4,0073
20-Düşük fiyatları bulmak için harcanılan zaman genellikle çabaya değmez.				,785			3,9672
SATIN ALMA NİYETİ						,895	3,8832
21-İlk tercihimde belirttiğim lokum markasını satın alma niyetim vardır.					,710		4,0055
22-Muhtemelen ilk tercihimdeki lokum markasını satın almaya devam edeceğim.					,743		3,9708
23-İlk tercihimde yer alan lokum markasını tavsiye ederim.					,810		3,9708
24-İlk tercihimde belirttiğim lokum markasını satın almak iyi bir karardır.					,788		3,9653
25-İlk tercihimdeki lokum markasını her zaman satın almak istiyorum.					,754		3,8522
Toplam Varyansın Açıklama Oranı	84,609						
Kaiser-Meyer-Olkin (Örnekleme Yeterliliği)	,968						
Barlett Testi (Ki-kare Değeri)	17917,588						
Anlamlılık Düzeyi (sig.)	,000						

3.3. Tanımlayıcı Bilgiler

Toplamda 548 kişinin katıldığı bu çalışmada kadınların oranı % 50,7 erkeklerin oranı %49,3 dür. Ankete katılanların % 27,6'sı 18-25 yaş aralığında % 41,6'sı 26-35 yaş aralığında, %19,9'u 36-45 yaş aralığında, % 7,3'ü 46-55 yaş aralığında, % 3,6'sı 56 yaş ve üzerinde bulunmaktadır. Lisans mezunlarının oranı % 29,6'dır. Ankete katılanların %25,1'i 5000 TL ve üzerinde gelire sahiptir. Ayrıca ankete katılan kişilerin % 39,1'i ayda bir kez lokum aldıklarını belirtmişlerdir.

3.4. Marka Tercihleri

Ankete katılan 548 lokum tüketicisinin % 38,3'ü ilk marka tercihinin Yayla Şekerleme olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların % 21,5'i Altınay Şekerlemeyi, %18,8'i Lokum Atölyesini, 18,1 İkbal Lokumlarını, %13,9'u Ogaş Şekerlemeyi, %13,5'i ise Mustafa Han Lokumlarını öncelikli olarak tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

3.5. Normallik Dağılımı

Uygun analiz türünün belirlenmesinde yapılması gereken ilk iş verilerin türünü belirlemektir. Analiz yöntemleri verilerin özelliklerine göre parametrik ve non-parametrik olarak iki ana gruba ayrılır. Normallik dağılımı verilerin parametrik mi yoksa non-parametrik mi olduğunu anlamak için gerçekleştirilen bir analizdir (Eymen, 2007). Tablo 5'te verilerin parametrik mi yoksa non-parametrik mi olduğunu anlamak için gerçekleştirilen normallik analizi sonuçları görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda verilerin Skewness ve Kurtosis yani çarpıklık ve basıklık değerleri +1,5 ile -1,5 arasında olduğundan veriler normal dağılmaktadır (Tabachnick, 2013). Bu nedenle çalışmada parametrik analiz yöntemleri kullanılmıştır.

Tablo 5. Normallik dağılımı

	Skewness	Kurtosis
Marka Güveni	-1,330	846
Marka Sadakati	-593	-793
Marka Tercihi	-661	-527
Fiyat Bilinci	-548	-506
Satın Alma Niyeti	-1,345	104

3.6. Korelasyon Analizi

Çalışmada faktörler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6' da yer alan marka güveni ve satın alma niyeti arasında yapılan korelasyon analizinin neticesinde korelasyon katsayısı ,776 olarak hesaplanmıştır. Anlamlılık seviyesi 0,05' den küçük olduğundan dolayı ($p=,000$) marka güveni ile satın alma niyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif yönlü ve yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6' da yer alan marka sadakati ve satın alma niyeti arasında yapılan korelasyon analizinin sonucunda korelasyon katsayısı ,665 olarak hesaplanmıştır. Anlamlılık seviyesi 0,05' den küçük olduğundan dolayı ($p=,000$) marka sadakati ile satın alma niyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6' da yer alan marka tercihi ve satın alma niyeti arasında yapılan korelasyon analizinin sonucunda korelasyon katsayısı ,752 olarak hesaplanmıştır. Anlamlılık seviyesi 0,05' den küçük olduğundan dolayı ($p=,000$) marka tercihi ile satın alma niyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6’ da yer alan fiyat bilinci ve satın alma niyeti arasında yapılan korelasyon analizinin sonucunda korelasyon katsayısı ,680 olarak hesaplanmıştır. Anlamlılık seviyesi 0,05’ den küçük olduğundan dolayı ($p=,000$) fiyat bilinci ile satın alma niyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6. Korelasyon analizi

Boyutlar		Marka güveni	Marka sadakati	Marka tercihi	Fiyat bilinci	Satın alma niyeti
Marka güveni	Korelasyon Katsayısı	1	,648**	,715**	,681**	,776**
	Anlamlılık Seviyesi		,000	,000	,000	,000
Marka sadakati	Korelasyon Katsayısı	,648**	1	,807**	,681**	,665**
	Anlamlılık Seviyesi	,000		,000	,000	,000
Marka tercihi	Korelasyon Katsayısı	,715**	,807**	1	,681**	,752**
	Anlamlılık Seviyesi	,000	,000		,000	,000
Fiyat bilinci	Korelasyon Katsayısı	,622**	,608**	,681**	1	,680**
	Anlamlılık Seviyesi	,000	,000	,000		,000
Satın alma niyeti	Korelasyon Katsayısı	,776**	,665**	,752**	,680**	1
	Anlamlılık Seviyesi	,000	,000	,000	,000	

**0,01 Anlamlılık Düzeyinde.

3.7. Katılımcıların Satın Alma Niyetine İlişkin Görüşlerinin Karşılaştırılması

Katılımcıların satın alma niyetine ilişkin görüşlerinin, cinsiyetlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t-testi sonuçlarına yönelik bulgular Tablo 7’de yer almaktadır. Katılımcıların cinsiyetine göre, satın alma niyeti boyutuna ilişkin yapılan analizde, p değerinin 0,05’ten büyük olmasından dolayı ifadelere verilen yanıtlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p=0,208>0,05$ ve $p=0,209>0,05$). Analiz sonucunda farklılık bulunmamasının nedeni, lokum markalarının cinsiyete dayalı bir pazarlama stratejisi geliştirmemelerinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 7. T testi

Boyut	Cinsiyet	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*p
Satın Alma Niyeti	Kadın	278	3,9849	1,03215	,208
	Erkek	270	3,8652	1,18738	,209

* $p<0,05$

3.8. Katılımcıların Satın Alma Niyetinin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Yapılan varyans analizi (One Way ANOVA) neticesinde tüketicilerin satın alma niyetlerinin eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş ve eğitim durumları farklı olan tüketicilerin satın alma niyetlerinin istatistiksel açıdan farklı olmadığı sonucuna ulaşılmış, analiz sonuçları Tablo 8’de verilmiştir ($p=0,07>0,05$). Katılımcıların lokum markalarını satın alma niyetleri eğitim düzeylerine göre değil, markaya olan sadakatlerine göre değişkenlik göstermektedir.

Tablo 8. Eğitim durumu ile satın alma niyetini karşılaştıran varyans analizi

	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*p
İlkokul	14	4,0857	,62617	
İlköğretim	30	3,9267	1,13196	
Lise	168	3,6690	1,27077	
Ön lisans	131	3,9710	1,07134	0,07
Lisans	162	4,1444	,93894	
Lisansüstü	43	3,9163	1,13157	
Toplam	548	3,9259	1,11194	

*p<0.05

3.9. Katılımcıların Satın Alma Niyetinin Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması

Tüketicilerin satın alma niyetlerinin gelire göre farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda gelir grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu analize ilişkin sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir ($p=0,494>0,05$). Bu durum, tüketicilerin ekonomik koşullarının lokum alışverişlerini etkilemediğini göstermektedir. Çünkü, tüketicilerin markaya olan bağımlılıkları arttıkça, gelirlerini ve ürünlerin fiyatlarını düşünmeden alışveriş yapabildikleri görülmektedir.

Tablo 9. Gelir durumu ile satın alma niyetini karşılaştıran varyans analizi

	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*p
2000 TL ve altı	38	3,7368	1,21442	
2001-4000 TL	81	3,9728	,99687	
4001-6000 TL	127	3,8425	1,14604	
6001-8000 TL	69	3,9217	1,06728	,494
8001 TL ve üzeri	139	4,0662	1,15379	
Gelir Yok	94	3,8702	1,08824	
Toplam	548	3,9259	1,11194	

*p<0.05

3.10. Katılımcıların Yaşlarının Satın Alma Niyetine Göre Karşılaştırılması

Katılımcıların yaş grupları ile satın alma niyetleri arasındaki farklılıkları belirlemek için yapılan varyans analizi sonuçlarına yönelik bulgular Tablo 10’da yer almaktadır. Buna göre, katılımcıların yaş grupları ile satın alma niyetleri arasında istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($p=0,874>0,05$). Katılımcıların yaş grupları farklılaşsa da, beklenti ve tercihlerinin aynı yönde olduğu görülmektedir. Bu durumda tüm tüketiciler, lokum markalarının beklentilerini karşılamasına ve vaatlerini yerine getirmesine önem vermektedir.

Tablo 10. Yaş değişkeni ile satın alma niyetini karşılaştıran varyans analizi

	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	*p
18-25 yaş	151	3,9073	1,08167	
26-35 yaş	228	3,9175	1,10579	
36-45 yaş	109	3,9101	1,21883	
46-55 yaş	40	3,9550	1,15425	,874
56 yaş ve üzeri	20	4,1900	,70030	
Toplam	548	3,9229	1,11194	

Elde edilen sonuçlar neticesinde H1,H2, H3, H4 hipotezi kabul edilmiş diğerleri ise reddedilmiştir.

H ₁ : Tüketicilerin markaya duydukları güven ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H ₂ : Tüketicilerin marka tercihi ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H ₃ : Tüketicilerin markaya olan sadakatleri ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H ₄ : Tüketicilerin fiyat bilinci ile satın alma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H ₅ : Tüketicilerin satın alma niyeti cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H ₆ : Tüketicilerin satın alma niyetleri gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H ₇ : Tüketicilerin satın alma niyetleri yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
H ₈ : Tüketicilerin satın alma niyetleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde postmodern tüketici çok sayıda farklı ürün çeşidiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum müşterinin ürün seçimini zorlaştırmaktadır. Firmalar arası rekabet ve gelişen teknolojinin arttırdığı üretim, müşteri tercihi konusunun anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Müşteri herhangi bir ürün tercih ederken birçok farklı değişkenin etkisi altında kalmaktadır. Bu durumun araştırılması işletmeler açısından hayati derecede önemlidir.

Bu çalışmada tüketicilerin satın alma tercihinin etki eden faktörler araştırılmıştır. Çalışma lokum markaları özelinde tüketici tercihleri üzerine odaklanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre markaya duyulan güven, marka tercihi, marka sadakati ve fiyat değişkeninin ürün belirlemede etkili olduğu anlaşılmıştır. Özellikle marka sadakati ve tercihinin satın alma kararları üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla tüketiciler lokum tercih ederken daha önce satın aldıkları ve sadakat hissettikleri markalara daha fazla yönelmektedirler. Fiyat düzeylerinin ve marka güveninin de satın alma tercihi üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre firmalara şu tavsiyelerde bulunulabilir;

- Tüketicilerin satın alma tercihlerini etkileyen en önemli unsur markaya duyulan sadakattir. İşletmeler mümkün olduğunca müşteri sadakati üzerine odaklanmalı, sadakat programları geliştirmelidirler.
- Tüketici satın alma tercihleri üzerinde fiyat, güven gibi unsurlar da etkisi bulunmaktadır. Bu unsurların göz ardı edilmesi müşteri sadakatini olumsuz yönde etkilemektedir.
- Gelir, cinsiyet, eğitim durumu, yaş gibi değişkenlerin tüketici satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Günümüzde marka sadakati önem kazandığından demografik özelliklerin lokum ürünleri tercihini belirlemede etkisi ortadan kalkmış gözükmektedir.
- Marka sadakati oluşturmak için doğru bir fiyat politikası uygulanmalı, firmaya güven duyulmalı ve marka tercihi oluşturulmalıdır. Dolayısıyla marka sadakati içerisinde farklı değişkenleri barındıran karmaşık ve uzun bir süreç olarak görülmelidir.
- Çalışmada tüketicilerin en az katıldıkları ifade fiyat esnekliği konusunda gösterdikleri tavrıdır. Tüketiciler fiyattan ziyade ürün ve markanın kendilerinde oluşturduğu düşünce ve hislere odaklanmaktadır. Yalnızca fiyat rekabeti ile ürün satışı yapma düşüncesi geçerli değildir.

Daha önce müşterilerin satın alma niyetiyle ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak spesifik olarak lokum sektörü üzerine bir araştırma literatürde bulunmamaktadır. Her bir ürünün müşteri davranışlarının farklılaşabileceği düşünüldüğünde lokum sektörü gibi özellikle bazı bölgelerde önemli bir ticaret kalemi olan ürünün müşteri davranışları açısından incelenmesinin önemli olduğu düşünülmüştür.

Elde edilen veriler, geçmişte yapılan çalışmalarla karşılaştırıldığında bazı araştırmalar paralellik gösterirken bazı araştırmalar farklılıklar göstermektedir. Örneğin Nirmala ve Dewi

(2011), Madahi ve Sukati (2012), Uzunkaya (2016) yaptıkları çalışmada demografik faktörlerin satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturduğunu bulmuşlardır. Bu çalışmada ise böyle bir farklılık bulunamamıştır. Bunun nedeni sektöre göre yaş, cinsiyet ve gelir durumu gibi faktörlerin satın alma niyetine etkisinin farklılık göstermesi olabilir. Literatürdeki başka bazı çalışmalara bakıldığında ise bu çalışma ile paralellik gösteren sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin bazı çalışmalarda müşteri sadakati, marka güveni satın alma niyeti arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur [Hanzaee ve Andervazh (2012), Malik vd. (2013), Uzunkaya (2016), Önen (2018)].

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu çalışmanın en önemli kısıtı, sadece lokum sektörü üzerine odaklanmasıdır. Lokumun, Afyonkarahisar ilinin coğrafi işaretli ürünü olması nedeniyle sadece Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren lokum firmalarının araştırmaya dâhil edilmiş olması da çalışmanın sınırını belirlemektedir. Ayrıca, yapılan pilot çalışma üzerinden belirlenen altı firmanın tercih sıralamalarının alınması ve diğer markaların sıralama açısından göz ardı edilmesi araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın, gelecekte yapılması planlanan farklı araştırmalara ışık tutması beklenmektedir. Araştırma, farklı ürün ya da hizmet kategorileri üzerinde tekrarlanabilir. Bunun yanında farklı bölgelerde, daha büyük bir örneklem ile daha küçük hata payı belirlenerek çalışma tekrar edilebilir. Modele farklı değişkenler eklenebilir. Odak grup, görüşme gibi tekniklerle çalışmadan farklı nitelikte veriler elde edilebilir. Nitel veriler niceliksel çalışmalardan elde edilen verilerle karşılaştırılabilir.

Tüketicilerin satın alma niyetine etki eden faktörleri lokum sektöründe analizi eden bu çalışmaya genel olarak bakıldığında ürünü satın alan tüketicilerin ortalama olarak ayda bir kez lokum aldığı, ürünü satın alırken marka sadakati duydukları ve güvendikleri ürünleri tercih ettikleri görülmektedir. Ürün fiyatının bu tercihte çok önemli olmadığı anlaşılmaktadır. Temel bir gıda ürünü olmayan lokumun nadiren satın alındığı düşünüldüğünde tüketicilerin fiyattan ziyade kendilerini tatmin eden, daha önceki deneyimlerinden memnun kaldıkları bir ürüne yönelmeleri doğal görülmelidir. İşletmeler her bir ürün satışında müşteri sadakati sağlamayı başarabilirlerse uzun soluklu bir müşteri ilişkileri süreci yürütebileceklerini, satışlarını arttırabileceklerini ve pazar rekabetinden kendilerini koruyabileceklerini unutmamalıdır.

Kaynakça

- Afyonkarahisar Belediyesi (2018, 06 Şubat). *Afyon lokumu ve bilinmeyenleri*. <http://afyon.bel.tr/news/1/6167/afyon-lokumu-ve-bilinmeyenleri.aspx>. (Erişim tarihi: 23.06.2021).
- Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO), (2021, Mart). *Afyonkarahisar ekonomik görünümü*. <http://www.afyonkarahisartso.org.tr/atsodisticaretulkerapor/afyoneko2021mart.pdf> (Erişim tarihi: 21.06.2021).
- Afyonkarahisar Valiliği (2021). *Afyonkarahisar*. <http://www.afyonkarahisar.gov.tr/ilcelerimiz> (Erişim tarihi: 20.06.2021).
- Ak, T. (2009). *Marka yönetimi ve tüketici karar sürecine etkileri* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Akman, S. U. (2004). *Süpermarket alışverişlerinde tüketicilerin fiyat bilinci*. Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, (45), 55-76.
- Atılgan, E., Akıncı, S., Aksoy, S. ve Kaynak, E. (2009). Customer-based brand equity for global brands: a multinational approach. *Journal of Euromarketing*, 18(2), 115-132.

- Batu, A. (2006). Türk lokumu üretim tekniği ve kalitesi. *Teknolojik Araştırmalar: Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 1, 35-46.
- Bizarrias, F. S., Ferreira, M. C. O., da Silva, J. G., da Silva, J., & Cucato, T. (2017). Valor da marca ou descontos-A intenção de compra do consumidor sob a influência moderadora da percepção de crise político-econômica Brand value or discounts-the consumer purchase intent under the moderating influence of perception of political-economic crisis. *PMKT* 10(3), 310-325.
- Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2006). Some antecedents and outcomes of brand love. *Marketing Letters*, 17(2), 79-89.
- Chang, H.H. & Liu, Y.M. (2009). The impact of brand equity on brand preference and purchase intention in the services industries. *The Service Industries Journal*, 29(12), 1687-1706.
- Coşkun, M. (2019). *Marka bağlılığının tüketici satın alma davranışları üzerine etkisi: X, Y, Z kuşaklarının karşılaştırmalı analizi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Çakır, A. (2014). *Faktör Analizi* (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Delgado-Ballester, E. (2004). Applicability of a brand trust scale across product categories: A multigroup invariance analysis. *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 573-592.
- Delgado-Ballester, E., Munuera-Aleman, J. L. & Yague-Guillen, M. J. (2003). Development and validation of a brand trust scale. *International Journal of Market Research*, 45(1), 35-54.
- Eymen, U. E. (2007). *SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri*, https://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2009/bby606/SPSS_15.0_ile_Veri_Analizi.pdf. (Erişim Tarihi: 08.12.2021).
- Fettahlioğlu, H. S. (2008). *Tüketicilerin satın alma davranışlarında özel markaların tüketici tutumları üzerine etkileri* (Yayınlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Güçlüer, A. F. (2021, 02 Nisan). *Tam 125 ton üretiliyor! Afyonkarahisar'dan 24 ülkeye ihraç ediliyor*. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/tam-125-ton-uretiliyor-afyonkarahisardan-24-ulkeye-ihrac-ediliyor-41778413> (Erişim Tarihi: 25.06.2021).
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (Beşinci Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hansen, H. (2013). Price consciousness and purchase intentions for new food products: The moderating effect of product category knowledge when price is unknown. *Journal of Food Products Marketing*, 19(4), 237-246.
- Hansopaheluwakan, S., Oey, E. & Setiawan, Y. (2021). The impact of brand equity and brand trust towards purchase intention through brand preference. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 505-517.
- Hanzaee, K. H. & Andervazh, L. (2012). The influence of brand loyalty on cosmetics purchase intention of Iranian female consumers. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(5), 5389-5398.
- International Trade Centre (ITC), *Trade Map* (2015-2020). https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry (Erişim tarihi: 20.06.2021).
- Khiabaniyan, Y. H. ve Karakadılar, İ. S. (2016). Marka sadakati yaklaşımlarına etki edene öncül faktörlerin incelenmesine yönelik bir ampirik çalışma. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 6(1), 56-66.

- Leblebicioğlu, B. ve Bilgen, İ. (2019). Tüketicilerin fiyat algılamalarının indirim marketlerinden satın alma niyetleri üzerindeki etkisi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (GELİŞİM-UWE 2019 Özel Sayısı), 141-154.
- Madahi, A. & Sukati, I. (2012). The effect of external factors on purchase intention amongst young generation in Malaysia. *International Business Research*, 5(8), 153.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Hafiz, K. I., Riaz, U., Hassan, N. U., Mustafa, M. & Shahbaz, S. (2013). Importance of brand awareness and brand loyalty in assessing purchase intentions of consumer. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 167-169.
- Mutlu, H., Çeviker, A., ve Çirkin, Z. (2011). Tüketici etnosentrizmi ve yabancı ürün satın alma niyeti: Türkiye ve Suriye üzerine karşılaştırmalı analiz. *Sosyoekonomi*, 14(14), 55-59.
- Müezzinoğlu, D. (2019). *Genel marka ederi, marka güveni ve fiyat bilincinin satın alma niyeti üzerindeki etkisinde kriz algısının moderatör rolü: Türk ve Yunan tüketicilerin şampuan ve mobilya sektörlerinde satın alma niyetleri üzerine karşılaştırmalı araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Nirmala, R. P. & Dewi, I. J. (2011). The effects of shopping orientations, consumer innovativeness, purchase experience, and gender on intention to shop for fashion products online. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13(1), 65-83.
- Önen, V. (2018). Marka güveni marka sadakati ve marka tercihi arasındaki ilişkinin incelenmesi: kırtasiye sektörü uygulaması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 609-626.
- Özdemir, M. ve Koçak, A. (2012). İlişkisel pazarlama çerçevesinde marka sadakatinin oluşumu ve bir model önerisi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 67(2), 127-156.
- Purwanto, A., Haque, M. G., Sunarsih, D., & Asbari, M. (2021). The role of brand image, food safety, awareness, certification on halal food purchase intention: An empirical study on Indonesian consumers. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 42-52.
- Sipahi, B., Yurtkoru, S. ve Çinko, M. (2006). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Solihin, D., Ahyani & Setiawan, R. (2021). The influence of brand image and atmosphere store on purchase decision for samsung brand smartphone with buying intervention as intervening variables (Study on Samsung experience store Karawaci customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262-270.
- Söylemez, C. ve Şahin, F. (2021). Küresel markalara yönelik tutum ve satın alma niyetini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: Kümeleme analizi ile pazar bölümlenme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 67(49), 49-71.
- Söylemez, C. ve Taşkın, E. (2015). Tüketicilerin küresel marka algısı ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 45(34), 34-48.
- Şahin, E. ve Gültekin, C. (2017). Markaya duyulan güven ve etnosentrik eğilimlerin marka sadakatine etkisi: bir marka örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(4), 93-1012.
- Tabachnick, B. G. (2013). *BG Tabachnick, LS Fidell using multivariate statistics* (sixth ed.) Pearson, Boston.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019). *UNESCO yaratıcı şehirler ağı üyeliği değerlendirme toplantısı düzenlendi*. <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-248589/unesco-yaratıcı-sehirler-agi-uyeligi-degerlendirme-topl.html> (Erişim tarihi: 20.06.2021).

- Turgut, E., Akyol, A. ve Giray, S. (2016). Sosyal medya reklamlarında tüketici algılamaları ile satın alma niyeti ve ağızdan ağıza iletişim arasındaki ilişki. *Journal of Life Economics*, 3(2), 55-74.
- Uzunkaya, T. (2016). Marka sadakatinin tekrar satın alma niyetine etkisi ve GSM sektöründe bir Araştırma. *BUJSS*, 9(2), 58-67.
- Ünüvar, Ş., Kılınç, C., Sarı Gök, H. ve Şalvarcı, S. (2018). Turizm öğrencilerinin yeşil ürün tercihinin satın alma niyeti üzerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 20-40.
- Visit Afyon (2021). *Afyon Lokumu*. <https://www.visitafyon.org/sayfa-403-afyon-lokumu.html> (Erişim tarihi: 20.06.2021).

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 25/06/2021

No: 2021/277

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



Türkiye ile Rusya Arasındaki Dış Ticaretin Farklı Endeks Türlerine Göre Analizi

Analysis of the Bilateral Trade between Türkiye and Russia According to Different Index Types

Prof. Dr. Hatice ERKEKOĞLU¹, Emre KOÇER²

Öz

Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaret son 15 yılda giderek artış göstermiştir. Türkiye'nin 2005 yılından bu yana Rusya'ya olan ihracatı bazı yıllarda 3 katından fazla artış göstererek günümüzde 4 milyar doları geçmiştir. Bunun yanı sıra Türkiye'nin Rusya'dan olan ithalatı 2005 yılında 12,9 milyar iken 2020 yılında 17,8 milyara yükselerek 15 yıllık zaman aralığında %37,98'lik bir artış yaşanmıştır. Buradan hareketle, Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaretin yapısı ürün gruplarına göre analiz edilerek karşılaştırmalı üstünlük, dış ticarete sektörel yoğunlaşma ve endüstri içi ticarete göre analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada yöntem olarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (AKÜ), Gini Hirschman Endeksi ve Grubel Lloyd Endeksi kullanılmıştır. Bu bağlamda, Türkiye ve Rusya'nın 2005-2020 yıllarını kapsayan dış ticaret verileri ITC (Uluslararası Ticaret Merkezi) veri tabanından sağlanarak Avrupa İstatistik Ofisinin (EUROSTAT) 2021 yılında Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemine göre oluşturduğu 21 kısımdan oluşan Birleştirilmiş Mal Sınıflamasına göre veriler alınmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre Türkiye'nin Rusya'ya yaptığı ihracatında sektörel çeşitliliğin ithalatındaki çeşitliliğe göre daha fazla olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, Türkiye'nin 21 mal grubunun 16'sında karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu ve 4 mal grubunda karşılaştırmalı üstünlüğünün bulunmadığı ve 1 mal grubunda da sonuçların nötr olduğu görülmüştür. Grubel-Lloyd endeksine göre de Türkiye-Rusya arasındaki endüstri içi ticaret yedi ürün grubunda 0,50'nin üstünde iken, 14 ürün grubunda ise 0,50'nin altında kalmış olup endüstri içi ticaretin düşük seviye olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi, Gini Hirschman endeksi, Grubel Lloyd endeksi, dış ticaret

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Bilateral trade between Türkiye and Russia has increased in the last 15 years. Türkiye's exports to Russia since 2005 have increased more than 3 times in some periods and have now exceeded to 4 billion dollars. In addition, While Türkiye's imports from Russia were 12.9 billion in 2005, it increased to 17.8 billion in 2020, with an increase of 37.98% in the 15-year period. From this point of view, it is aimed to analyze the structure of foreign trade between Türkiye and Russia according to product groups and to analyze it according to comparative advantage, sectoral concentration in foreign trade and intra-industry trade. For this purpose, the Revealed Comparative Advantage Index (RCA), Gini Hirschman Index and Grubel Lloyd Index were used as methods in the study. In this context, the foreign trade data of Türkiye and Russia covering the years 2005-2020 were obtained from the database of the ITC (International Trade Center) and data were obtained according to the Unified Classification of Goods, which consists of 21 parts, created by the European Statistical Office (EUROSTAT) in 2021 according to the Harmonized Commodity Description and Coding System. According to the findings obtained from the study, it has been observed that the sectoral diversity in Türkiye's exports to Russia is higher than the diversity in its imports. However, it has been observed that Türkiye has a comparative advantage in 16 of 21 ware

¹Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, haticeer@kayseri.edu.tr

²Ticaret Bakanlığı, koceremre96@gmail.com

Atf için (to cite): Erkekoğlu, H. ve Koçer, E. (2024). Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaretin farklı endeks türlerine göre analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 99-112.

groups and does not have a comparative advantage in 4 product groups, and the results are neutral in 1 ware group. According to the Grubel-Lloyd index, while intra-industry trade between Türkiye and Russia was above 0.50 in seven product groups, it remained below 0.50 in 14 product groups, and it was concluded that intra-industry trade was at a low level.

Keywords: Revealed comparative advantages index, Gini Hirschman index, Grubel Lloyd index, foreign trade

Paper Type: Research

Giriş

Küreselleşme kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte 1980'lerden itibaren küreselleşme eğilimlerinde artış, teknolojinin hızla gelişmesi ülkeler arasındaki dış ticaretin önemini giderek artırmaya başlamıştır. Bu bağlamda Türkiye de 1980'den önceki ithal ikamesine yönelik ticaret anlayışından vazgeçerek 1980'den sonra yapısal değişikliklere giderek 24 Ocak 1980 kararları ile ihracatı teşvik edici politikaları artırmaya başlamıştır (Ulucan vd., 2014, s. 36). 24 Ocak 1980'de alınan kararlar sonrasında Türkiye'nin ihracat yaptığı pazarlar çeşitlenmeye başlamış ve buna bağlı olarak da ihracatında ciddi artışlar yaşanmıştır.

Bugün itibariyle Türkiye'nin dış ticaretinde Avrupa Birliği'nin temel bir ticaret ortağı olduğu bir başka deyişle Türkiye'nin AB ülkeleri ile gerçekleşen ihracat ve ithalat rakamlarının en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir (Karakaş ve Karakaş, 2012, s. 73). Bu sebeple literatürde Türkiye'nin dış ticaretini ele alan çalışmaların birçoğunda AB ile yapılan ticaretin Türkiye'nin dış ticaretinde öneminin büyük olmasından dolayı Türkiye ile AB'nin ticareti ile ilgili analizler yapıldığı görülmüştür. Ancak 2000'li yıllardan itibaren Türkiye'nin dış ticaretinde Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Kafkasya ülkelerinin de payının giderek arttığı görülmektedir (Çeştepe, 2012, s. 24).

2000'li yıllardan bu yana Türkiye'nin dış ticaretindeki açığın büyük bir kısmının Rusya'yla yapılan ikili ticaretten kaynaklı olduğu bilinmektedir. 2020 yılı itibariyle Rusya, Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı ülkeler arasında üçüncü sırada yer alırken, Rusya'ya gerçekleştirilen ihracat, ithalata göre daha az olup Türkiye'nin ihracatında onuncu sırada yer almaktadır (ITC, 2021).

Literatürde Türkiye ile birçok farklı ülke arasındaki dış ticaret birçok çalışmada ele alınmış ve bu konuya yönelik yapılan çalışmalarda dış ticaret verileri analiz edilirken genellikle Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksi kullanılmıştır. Buna ek olarak ise ihracatta benzerlik ve Grubel-Lloyd endekslerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), Grubel-Lloyd endekslerine ek olarak Gini-Hirschman endeksi de kullanılarak Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaretin ürün gruplarına göre yoğunlaşma derecesini ölçme amacıyla ele alınan dönemlerdeki dış ticaret verileri 21 kısımdan oluşan Birleştirilmiş Mal Sınıflamasına göre farklı mal grupları üzerindeki dış ticaret verilerini analiz ederek diğer çalışmalardan farklılaşmakta ve bu yönüyle literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Bu çalışmada Türkiye-Rusya arasındaki dış ticaretin boyutu genel olarak incelendikten sonra, 2005-2020 yıllarını kapsayan Türkiye-Rusya dış ticaret verilerinden yararlanılarak iki ülke arasındaki dış ticarete yoğunlaşma derecesi Gini-Hirschman endeksi ile analiz edilmiştir. Daha sonra ise Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksine göre Belirlenmiş Mal Sınıflandırmasındaki ürün gruplarında Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğünün veya dezavantajının olup olmadığı analiz edilmiştir. Son olarak ise Grubel Lloyd Endeksi kullanılarak Türkiye-Rusya arasındaki dış ticaretin endüstriler-arası ticaret veya endüstri-içi ticaretten hangisinin olduğu incelenip değerlendirilmiştir.

1. Literatür Taraması

Literatürde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) Endeksi, Gini-Hirschman Endeksi ve Grubel-Lloyd Endeksi ile ilgili çeşitli çalışmalar vardır. Aşağıda bu çalışmalara değinilecektir.

Kutlu (2005) çalışmasında Türkiye ile İslam ülkelerinin sektörel rekabetini analiz etmiş ve araştırmasında 1996-2004 yılları arasındaki dış ticaret verilerini ele alarak AKÜ endeksini hesaplamıştır. Çalışmasından elde ettiği bulgulara göre Türkiye'nin sanayi ve tarım sektöründe rekabet gücünün olduğunu fakat madencilik sektöründe rekabet gücüne sahip olmadığını sonucuna varmıştır.

Eliasson (2008) çalışmasında İsviçre ile Rusya arasındaki ikili ticareti 1997-2003 dönemini ele alarak endüstri içi ticareti incelemiştir. Araştırmasında birçok farklı mal gruplarının endüstri içi ticaret seviyesini Grubel-Lloyd endeksi kullanarak ölçmüş ve analiz sonucunda incelenen mal gruplarında endüstriler arası ticaretin hâkim olduğu, fakat endüstri içi ticaret oranının giderek yükseldiği sonucuna varmıştır.

Şimşek ve Sadat (2009) çalışmasında Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksini kullanarak 1997-2005 döneminde Türkiye'nin İran ve Pakistan pazarındaki rekabet gücünü analiz etmişlerdir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, emek yoğun olan sektörlerde Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğunu ve bu üstünlüğünü de uzun süre devam ettirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Fakat hammadde yoğun olan sektörlerde ise karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı sonucuna varılmıştır.

Benavides (2011) ise çalışmasında ABD'nin çalışmada ele alınan ülkeler ile olan ticaretini endüstri içi ticaret endeksini kullanarak incelemiştir. 2008 yılını kapsayan çalışmada 262 ürün grubu için endüstri içi ticaret endeksi değerlerini hesaplamıştır. Bu bağlamda, ABD'nin endüstri içi ticaretinin gelişmiş sanayi ülkeleriyle yüksek, gelişmekte olan ülkelerle düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çeştepe (2012) ise çalışmasında Türkiye ile seçilen Ortadoğu ülkelerinin ticaretinin yapısal analizini Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) ve Grubel-Lloyd endekslerini kullanarak yapmıştır. Araştırmacının çalışmadan elde ettiği bulgulara göre Türkiye'nin endüstri içi ticaret düzeyinin Ortadoğu ülkeleriyle düşük olduğu ancak işlenmiş ürünlerde ise nispeten yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca Türkiye'nin seçilen ülkeler karşısında birkaç mal grubu haricinde rekabet gücünün olduğu tespit edilmiştir.

Tunç (2012) çalışmasında Türkiye'nin OECD ülkeleri ile olan dış ticaretini 2000-2010 yılları arasındaki endüstri içi ticarete göre incelemiştir. Araştırmacı çalışmasında Grubel-Lloyd endeksini kullanmıştır. Türkiye'nin endüstri içi ticaretinin büyüklüğünün OECD ülkelerine göre değişkenlik gösterdiğini fakat AB-15 ülkeleri ile yüksek teknolojik ürünlerin endüstri içi ticaret eğiliminin daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir.

Shahab ve Mahmood (2012) çalışmasında 2002-2009 döneminde Pakistan ile belirlenen Asya ülkeleri arasında olan dış ticarete deri ürünlerindeki ticari uzmanlaşmayı analiz etmişlerdir. Yapılan çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksi kullanılmıştır. Elden edilen analiz sonucuna göre Pakistan'ın örneklem dönemi boyunca belirlenen tüm ülkelere karşı deri ürünlerinde yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kalaycı (2013) çalışmasında Türkiye'nin Rusya'ya karşı dış ticaret açığı verdiği konusuna dikkat çekerek iki ülke arasındaki dış ticaret verilerini Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), İhracatta Benzerlik ve Grubel-Lloyd endekslerini kullanarak analiz etmiştir. Araştırmacının çalışmadan elde ettiği bulgulara göre, Türkiye'nin canlı hayvanlar, gıda maddeleri, makineler ve taşıt araçları ve çeşitli mamul eşyalarda karşılaştırmalı bir üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Buna ek olarak, Türkiye-Rusya arasındaki dış ticaretin

endüstriler arası olarak gerçekleştiğinin ve ülkelerin ihrac ettiği mallar açısından benzerliğinin de çok az olduğu sonucu elde edilmiştir.

Erkekoğlu vd. (2014) çalışmasında mobilya sektöründe Kayseri ilinin Türkiye ve dünya açısından karşılaştırmalı üstünlüğünü AKÜ endeksini kullanarak araştırmışlardır. 2002-2012 dönemini kapsayan çalışma sonuçlarına göre Kayseri ilinin mobilya sektörü ihracatında hem Türkiye hem de dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu fakat bu üstünlüğün zamanla azalma seyri izlediği ortaya konulmuştur.

Akbulut ve Yılmaz (2015) çalışmasında Türkiye ile Rusya arasında dış ticareti sektörel düzeyde analiz edebilmek amacıyla Uluslararası Standart Ticaret Uygulaması (SITC) SITC-3 sınıflandırma listesini kullanarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksi ile analiz yapmışlardır. Elde edilen analiz sonucuna göre Türkiye'nin Rusya pazarında 8 mal grubunda karşılaştırmalı olarak üstün konumda olduğu 2 mal grubunda ise Türkiye'nin dezavantajlı konumda olduğu sonucuna varılmıştır.

Kalaycı (2017) çalışmasında Serbest Ticaret Anlaşmalarının Türkiye açısından önemine değinmiştir. Bu bağlamda Türkiye'nin STA yaptığı ülkelerle dış ticaretinde hangi mal grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ortaya çıkarmak amacıyla mal grubu üzerine yaptığı çalışmada AKÜ endeksini kullanmış ve bazı mal gruplarında Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğunu, bazı mal gruplarında ise karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu tespit etmiştir. Kimi mal gruplarında ise herhangi bir sonuca varamamıştır.

Bashimov (2018) çalışmasında Türkiye-İran arasındaki dış ticareti 2000-2015 yılları arasında ele alarak endüstri içi ticaretini, karşılaştırmalı üstünlüklerini ve sektörel yoğunlaşmasını analiz etmiştir. Araştırmacı çalışmada üç endeks kullanmıştır. Bunlar; Grubel-Lloyd, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) ve Gini-Hirschman, endeksleridir. Araştırmacının çalışmadan elde ettiği bulgulara göre endüstri içi ticaret düzeyi Türkiye ile İran'ın dış ticaretinde azalmıştır. Bundan başka Türkiye'nin İran'a yaptığı ihracatın sektörel yoğunlaşması da aynı şekilde azalmıştır. Buna ek olarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksine göre Türkiye'nin mineral yakıtlar, mineral yağlar, deriler ve köseleleri içeren ürün gruplarında dezavantajlı olduğu ve tekstil ürünleri, bitkisel ürünler, cam ve cam eşyalar gibi emeğin yoğun olduğu ürünlerde ise avantajlı durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sandalcılar ve Ayran Cihan (2018) çalışmasında Türkiye ile Gürcistan arasında dış ticareti sektörel düzeyde analiz edebilmek amacıyla Uluslararası Standart Ticaret Uygulaması (SITC) SITC-3 basamak 2 verileri kullanarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksi ile analiz yapmışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre Türkiye'nin Gürcistan'a ihracatının yıllar itibarıyla artan oranda bir artış gösterdiği ve Türkiye'nin 43 adet mal grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilirken 23 adet mal grubunda ise Türkiye'nin Gürcistan'a karşı karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı sonucu elde edilmiştir.

Çelik (2019), 1995-2017 yılları arasında Türkiye ile BRICS ülkeleri arasındaki ihracatı faktör yoğunlukları bakımından analiz etmiştir. AKÜ Endeksi ile elde edilen sonuçlara göre Türkiye'nin, emek yoğun mallarda rekabet avantajına sahip olmakla birlikte bu avantajının yıllar içerisinde azalma eğilimi gösterdiği ve Türkiye'nin sermaye yoğun malların ihracatında da zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kiran ve Sawhney (2019) çalışmasında BRICS ülkelerinin kendi arasındaki ticareti ele almıştır. Araştırmacılar çalışmada BRICS ülkelerinin 2006-2015 yılları arasında ait ihracat ve ithalat verileri ile İhracat Yoğunlaşma endeksi ve İthalat Yoğunlaşma endeksini kullanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre Rusya'nın Hindistan ve Güney Afrika ile olan ticari ilişkilerinin Çin ve Brezilya ile olan ticari ilişkisine göre daha zayıf olduğu sonucuna varılmıştır.

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında ülkeler arasındaki dış ticaret verilerini analiz ederken kullanılan yöntemler içerisinde genellikle Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler

(AKÜ) Endeksi, İhracat Yoğunlaşma Endeksi, İthalat Yoğunlaşma Endeksi, Sektörel Yoğunlaşma Endeksi, Gini-Hirschman Endeksi ve Grubel-Lloyd Endeksi kullanılmakla birlikte literatürdeki birçok çalışmada da istatistiksel bir analiz yöntemi tercih edilmemiştir. Literatürde yapılan çalışmalarda ülkeler arasındaki dış ticaret verileri ele alınan dönemlerde ve incelenen farklı ürün gruplarına göre değerlendirilmiştir.

2. Türkiye-Rusya Dış Ticaretinin Boyutu

Türkiye'nin dış ticaretinde en önemli ortaklarından birisi olan Rusya ile ilişkiler köklü bir geçmişe dayanmaktadır. Soğuk savaş döneminin sona ermesiyle birlikte iki ülke arasında yeni işbirlikleri oluşmaya başlamıştır (Dışişleri Bakanlığı, 2021). Ekonomik işbirliğinin 1990'larda hızla gelişmesiyle birlikte ikili ilişkiler 2000'li yılların başından bu yana artış göstermiştir. İkili planda işbirliği odaklı bir seyir izleyen Türkiye-Rusya ilişkileri, Suriye krizi ve uçak krizinden sonra ciddi anlamda yıpranmış olsa da Türk ve Rus halklarının ortak istekleri doğrultusunda ilişkiler normalleşmeye başlamıştır. Bu bağlamda, iki ülke arasında 2016 yılından itibaren yeniden yoğun bir ikili diyalog tesis edilmiştir. Türkiye-Rusya arasındaki ilişkinin itici gücünü ticari ve ekonomik ilişkiler oluşturmaktadır (Dışişleri Bakanlığı, 2021).

2005-2020 dönemini içeren Türkiye-Rusya dış ticaret verileri aşağıda Tablo 1'de gösterilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde 2005-2013 yılları arasındaki dönemde Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatı 3 kat artarak 2,3 milyar dolardan 6,9 milyar dolara yükselmiştir. 2005-2014 yılları arasında Türkiye'nin Rusya'dan olan ithalatında 2 kat artış görülmüş 12,9 milyar dolardan 25,06 milyar dolara çıkmıştır. Bu iki aralıktan sonraki yıllardan 2016 yılına kadar ise Türkiye'nin hem ihracat hem de ithalatında ciddi düşüşler yaşanmıştır. Bu durumun sebebinin iki ülke arasında bu dönemde yaşanan krizlerden kaynaklı olduğu bilinmektedir. 2016 yılından sonra ise ilişkilerin düzelmesiyle birlikte hem ihracat hem de ithalat rakamlarında artışlar yaşanmıştır. 2020 yılına baktığımızda incelenen dönem aralığında ilk kez Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatında bir önceki yıla göre %16,67 artış yaşanırken ithalatında ise %38,58'lik büyük bir azalış olduğu görülmüştür. Böylelikle Türkiye uzun bir aradan sonra Rusya ile olan dış ticaret açığını ciddi oranda azaltmıştır. 2020 yılı itibarıyla Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatı Türkiye'nin toplam ihracatının %2,65'ini, Rusya'dan gerçekleştirilen ithalat ise Türkiye'nin toplam ithalatının %8,14'ünü oluşturmaktadır.

Tablo 1. Türkiye-Rusya dış ticareti (Bin \$)

YILLAR	Türkiye'nin Rusya'ya İhracatı	Türkiye'nin Rusya'dan İthalatı	Dış Ticaret Dengesi	Dış Ticaret Hacmi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı(%)
2005	2.377.050	12.905.620	-10.528.570	15.282.670	18,42
2006	3.237.611	17.806.239	-14.568.628	21.043.850	18,18
2007	4.726.853	23.508.494	-18.781.641	28.235.347	20,11
2008	6.483.004	31.364.477	-24.881.473	37.847.481	20,67
2009	3.189.607	19.450.086	-16.260.479	22.639.693	16,40
2010	4.628.153	21.600.641	-16.972.488	26.228.794	21,43
2011	5.992.633	23.952.914	-17.960.281	29.945.547	25,02
2012	6.680.777	26.625.286	-19.944.509	33.306.063	25,09
2013	6.964.209	25.064.214	-18.100.005	32.028.423	27,79
2014	5.943.014	25.288.597	-19.345.583	31.231.611	23,50
2015	3.588.657	20.401.756	-16.813.099	23.990.413	17,59
2016	1.733.569	15.160.961	-13.427.392	16.894.530	11,43
2017	2.734.316	19.514.094	-16.779.778	22.248.410	14,01
2018	3.399.827	21.989.574	-18.589.747	25.389.401	15,46
2019	3.852.545	22.373.444	-18.520.899	26.225.989	17,22
2020	4.494.830	17.858.830	-13.364.000	22.353.660	25,17

Kaynak: Trademap (ITC)'den alınan veriler doğrultusunda yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

2005-2020 arası dönemde Türkiye ve Rusya'nın dış ticaret dengesine baktığımızda Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatı ile ithalatı arasında ciddi bir fark görülmektedir. 2005 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı %18,42 civarındayken 2013 yılında %27,79'a kadar çıkmıştır. 2013'den sonra gerileyen bu oran 2020 yılında tekrar artarak %25,17'ye yükselmiştir. Genel olarak baktığımızda 2013 yılından 2016'ya kadar Türkiye'nin Rusya ile dış ticaretinin azaldığı fakat 2016'dan sonra tekrar artışa geçtiği görülmektedir.

Tablo 2'de 2020 yılına ait Türkiye'nin Rusya'ya ihracatı ve ithalatındaki ilk 5 ürün grubu gösterilmiştir. Türkiye'nin Rusya'ya yaptığı ihracatta ilk sırada %19,59'luk pay ile yenilebilir meyve ve sert kabuklu yemişler; narenciye veya kavun kabuğu bulunmaktadır. Yenilebilir meyve ve sert kabuklu yemişlerden sonra en çok ihracatı yapılan ürün grupları sırasıyla makineler, mekanik cihazlar, nükleer reaktörler, kazanlar; parçaları (%13,72), demiryolu veya tramvay vagonları dışındaki araçlar (%7,73), elektrikli makine, cihazlar (%4,45) plastik eşyalardır (%4,14). Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı ithalata en büyük pay mineral yakıtlara aittir. Mineral yakıtların Rusya'dan yapılan toplam ithalattaki oranı ise %46,70 civarındadır. Mineral yakıtlardan sonra ithalatı en çok yapılan ürünler ise sırasıyla demir ve çelik (%14,95), hububat (%9,59), alüminyum ve alüminyumdan eşya (%5,91) ve hayvansal ve bitkisel yağlardır (%3,02).

Tablo 2. Türkiye'nin Rusya'ya ihracatı ve ithalatındaki ilk 5 ürün (2020)

Türkiye'nin Rusya'ya ihracatındaki ilk 5 ürün			Türkiye'nin Rusya'dan ithalatındaki ilk 5 ürün		
Ürün adı	2020 değeri (Bin \$)	Tüm Ürünler İçindeki Payı %	Ürün adı	2020 değeri (Bin \$)	Tüm Ürünler İçindeki Payı %
Yenilebilir meyve ve sert kabuklu yemişler; narenciye veya kavun kabuğu	880.777	19,59	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler	8.339.721	46,70
Makineler, mekanik cihazlar, nükleer reaktörler, kazanlar; parçaları	617.018	13,72	Demir ve çelik	2.670.198	14,95
Demiryolu veya tramvay vagonları dışındaki araçlar ve bunların parça ve aksesuarları	347.293	7,73	Hububat	1.711.839	9,59
Elektrikli makine ve teçhizat ve bunların parçaları; ses kaydediciler ve çoğaltıcılar, televizyon	199.886	4,45	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	1.055.581	5,91
Plastikler ve bunlardan eşya	186.000	4,14	Hayvansal veya bitkisel katı ve sıvı yağlar ve bunların parçalanma ürünler	538.964	3,02
Toplam	2.230.974	49,63	Toplam	14.316.303	80,17

Kaynak: Trademap (ITC)'den alınan veriler doğrultusunda yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

3. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada kullanılan veriler ikincil veri kaynaklarına dayanmaktadır. Çalışmada EUROSTAT'ın (Avrupa İstatistik Ofisi) 2021 yılında oluşturduğu 21 kısımdan oluşan Birleştirilmiş Mal Sınıflaması yöntemi tercih edilerek Tablo 3'de verilmiştir. Çalışmada Türkiye ile Rusya'nın 2005-2020 yılları arasındaki ihracat ve ithalat verileri ise Birleştirilmiş Mal Sınıflamasına göre düzenlenerek Trade Map (ITC) web sitesinden temin edilmiştir. Bu veriler alınırken Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemine göre ilk iki rakam (fasıl numarası) dikkate alınmıştır.

Tablo 3. Birleştirilmiş mal sınıflaması ürün grubu listesi

Fasıl No	Tanım	Fasıl No	Tanım
1-5	Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	64-67	Ayakkabılar, başlıklar, şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kemerler, kırbaçlar ve bunların aksamı
6-14	Bitkisel ürünler	68-70	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya; seramik mamulleri; cam veya cam eşya
15	Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar ve bunların parçalanma ürünleri	71	Tabii veya kültür inciler, kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, bunlardan mamul eşya
16-24	Gıda sanayii müstahzarları	72-83	Adi metaller ve adi metallere eşya
25-27	Mineral ürünler	84-85	Makinalar, mekanik cihazlar ve elektrik malzemeleri
28-38	Kimya sanayi ürünleri	86-89	Araçlar, motorlu taşıtlar
39-40	Plastik ve plastik ürünleri	90-92	Optik alet ve cihazlar, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, tıbbi veya cerrahi alet ve cihazlar
41-43	Deriler, köseleler, postlar, kürkler ve bu maddelerden mamul eşya	93	Silahlar ve bunların parçaları
44-46	Ağaç ve ahşap eşya	94-96	Muhtelif mamul eşya
47-49	Odun veya diğer lifli selülozik maddelerin hamurları ve kâğıt veya karton döküntü, kırpıntı ve hurdaları	97-99	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar
50-63	Dokumaya elverişli maddeler ve bunlardan mamul eşya		

Kaynak: EUROSTAT veri tabanı kullanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Bu çalışmada Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaretin analizi Birleştirilmiş Mal Sınıflamasındaki mal gruplarına göre incelenerek yapılmıştır. İlk olarak her bir mal grubunun yoğunlaşma oranı hesaplanmıştır. Yoğunlaşmanın derecesini ölçebilmek için ise Gini-Hirschman endeksi tercih edilmiştir. Gini-Hirschman katsayısı bir ülkenin ihracatının yoğunluk derecesinin ölçümünde kullanılan bir endekstir (Tegene, 1990, s. 55). Gini-Hirschman endeksinin formülü aşağıda gösterilmiştir (Salim ve Ojha, 2004, s. 23):

$$GH_{ij} = \left[\sum_{i=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{X_i} \right)^2 \right]^{\frac{1}{2}} \times 100 \quad (1)$$

Gini-Hirschman formülünde X_{ij} i ülkesinin j sektöründeki ihracatını, X_i ise i ülkesinin toplam ihracatını gösterir (Salim ve Ojha, 2004, s. 23). Gini-Hirschman endeksi 0 ile 100 arasında değer alır. Bu bağlamda, bir ülkenin ihracat yaptığı ürün adedi ne kadar fazlaysa ve ihracat ürün grupları arasında ne kadar dengeli olursa endeks 0'a doğru yaklaşır. Diğer bir ifadeyle, endeksin sıfır değeri mutlak çeşitlenmeyi gösterirken, yüz değeri mutlak yoğunlaşmayı göstermektedir (Bashimov, 2018, s. 148).

Ülkelerin uluslararası ticarete mal gruplarında üstün olduğu ürünleri görebilmeleri açısından birçok farklı endeks kullanılmaktadır. Bu çalışmada belirlenen diğer ölçüt ise bu konu ile ilgili literatürde, en çok kullanılan endeks Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) Endeksidir. AKÜ endeksi, bir ülkenin karşılaştırmalı olarak üstünlüğe veya dezavantaja sahip olduğu ürünleri göstermek için kullanılan ölçütlerden birisidir (Kalaycı, 2017, s. 141).

AKÜ endeksi, bir ülke veya malın karşılaştırmalı üstünlüğünü daha iyi yansıtmakla birlikte bazı kısıtlamaları da mevcuttur. Bu kısıtlamada ithalat veya ihracat sıfır endeksin uygulanmasını bu durum sınırlandırılacaktır. Bu nedenle analiz yaparken tüm ülkelerin iki yönlü dış ticaret ilişkisi içerisinde olduğu varsayılmıştır (Erkekoğlu vd., 2014, s. 18).

Liesner tarafından 1958 yılında bulunan AKÜ endeksi 1965 yılında Balassa tarafından geliştirilerek şimdiki halini almıştır. Aşağıda Balassa tarafından geliştirilen AKÜ endeksinin formülü verilmiştir (Utkulu ve Seymen, 2004, s. 9):

$$AKÜ_{ij} = \ln [(X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it})] \quad (2)$$

Yukarıdaki formülde $AKÜ_{ij}$ i ülkesinin j mal grubu içindeki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısını, X_{ij} i ülkesinin j mal grubundaki ihracatını, X_{it} i ülkesinin toplam ihracatını, M_{ij} i ülkesinin j mal grubundaki ithalatını, M_{it} i ülkesinin toplam ithalatını gösterir. AKÜ endeksi değerinin 0,50'den büyük olması i sektöründe Türkiye'nin rakip ülkeye göre ihracatta karşılaştırmalı üstünlüğünü gösterirken AKÜ endeksi değerinin -0,50'den küçük olması ise i sektöründe Türkiye'nin rakip ülkeye göre ihracatta karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2013, s. 46). Bu duruma ek olarak AKÜ endeksi değerinin -0,50 ile 0,50 arasında yer alması ise karşılaştırmalı üstünlük veya dezavantaj olduğuna dair bir fikir vermemektedir (Kalaycı, 2013, s. 46).

Türkiye-Rusya dış ticaretinin analizinde kullandığımız diğer endeks ise Grubel-Lloyd'un geliştirmiş olduğu Endüstri İçi Ticaret (EİT) endeksidir. Grubel-Lloyd endeksi, bir ülkenin veya sektörün EİT düzeyinin ölçülmesinde kullanılan bir analiz yöntemidir (Hazners ve Jirgena, 2013). Literatürde sıkça tercih edilen Grubel-Lloyd endeksinin formülü aşağıda verilmiştir (Leitão ve Faustino, 2008, s. 52; Ferto ve Jambor, 2015, s. 115):

$$GL_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_{ij} + M_{ij}) - \sum_{i=1}^n |X_{ij} - M_{ij}|}{\sum_{i=1}^n (X_{ij} + M_{ij})} \quad (3)$$

Yukarıdaki formülde GL_{ij} i ülkesi j sektörünün endüstri içi ticaret düzeyini ve X_{ij} , M_{ij} 'de ise i ülkesi j sektörünün ihracatını ve ithalatını göstermektedir. Grubel-Lloyd endeksi 0-1 arası bir değer almaktadır. Endeksin değeri 1'e doğru yaklaşması endüstri içi ticaret, 0'a doğru yaklaşması ise endüstriler arası ticaret olduğunu gösterir (Leitão ve Faustino, 2008, s. 52; Erlat ve Erlat, 2004, s. 51).

Kullanılan yöntemi özetlemek gerekirse Gini-Hirschman endeksi ihracatta yoğunlaşma veya çeşitlenmeyi, AKÜ endeksi rekabet gücünü, Grubel-Lloyd endeksi ise endüstri-içi ticaretini göstermektedir. Yöntem üzerinde bu şekilde durulduktan sonra aşağıda bulgular kısmında yapılan analiz ve sonuçları verilecektir.

4. Bulgular

Bulgular kısmında, çalışmadaki dış ticaret verilerine göre elde edilen sonuçlar yoğunlaşma analizi, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler analizi ve Grubel-Lloyd analizine göre 3 başlık olarak ele alınmıştır.

4.1. Türkiye-Rusya Dış Ticaretinde Yoğunlaşma Analizi

Çalışmada, Türkiye-Rusya dış ticaretinde ürün grubuna göre yoğunlaşma derecelerini ölçebilmek için Gini-Hirschman endeksi kullanılmıştır. Bu endeks değerinin yukarıda belirtildiği gibi küçük bir değer alması dış ticarete çeşitliliğin arttığını işaret ederken, büyük bir değer alması ise çeşitliliğin azaldığına ve yoğunlaşmanın arttığına işaret eder. Ürün gruplarına göre yapılan Gini-Hirschman endeksinin analiz sonuçları Tablo 4'de gösterilmiştir. Buna göre, Türkiye'nin Rusya'ya ihracatının sektörel çeşitliliğinin ithalattaki çeşitliliğe göre daha fazla olduğu görülmektedir. İhracata yönelik veriler incelendiğinde 2005-2020 yılları arasında endeks değerinde büyük bir değişiklik olmamakla birlikte 34,25 ile 37,75 arasında değiştiği görülmektedir. Bu durum Türkiye'nin Rusya'ya olan ihracatında ürün çeşitliliğinin olduğunu ve 2005-2020 arasında bu çeşitliliğin istikrarlı bir şekilde devam ettiğini göstermektedir.

Tablo 4. Türkiye'nin Rusya'ya ihracatı ve Rusya'dan ithalatının Gini-Hirschman endeksi değerleri

YILLAR	Türkiye'nin Rusya'ya İhracatı	Türkiye'nin Rusya'dan İthalatı
2005	35,45209	72,47359
2006	36,28063	74,69626
2007	34,25183	75,61696
2008	35,44563	75,41989
2009	36,87459	77,37145
2010	36,86850	76,30469
2011	36,03634	73,34585
2012	35,29944	73,62893
2013	35,06910	71,28076
2014	34,50245	68,62387
2015	37,74787	67,22986
2016	36,28063	55,30960
2017	35,45209	67,62941
2018	34,49476	65,40636
2019	34,61030	67,62941
2020	35,97220	55,30960

Kaynak: Trademap (ITC)'den alınan veriler doğrultusunda yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

2005-2020 yılları arasındaki Türkiye'nin Rusya'dan olan ithalatına bakıldığında ise ürün çeşitlendirme yerine ürün yoğunlaşmasının olduğu görülmektedir. Analiz edilen yıllarda ithalat endeksi değeri 50'nin üzerinde bir seyir izlemiştir. 2016 ve 2020 yılları hariç endeks 65,4 ile 77,4 arasında bir değer almıştır. 2016 ve 2020 yıllarında ise endeks değerinin 55,3 değerini almasıyla Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı ithalatta ürün çeşitlenmesi eğiliminin artırdığı söylenebilir. Nitekim 2005 yılında endeks 72,5'den 2020 yılında 55,3'e düşmüştür. Rusya'dan gerçekleşen ithal ürünleri incelendiğinde son yıllardaki bu çeşitlenme ile Rusya'dan en çok ithal edilen mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünlere olan bağımlılıkta yarı yarıya azalma olduğu görülmektedir. Nitekim bu ürünlerdeki ithalat 2012 yılında 19 milyar dolar seviyelerindeyken 2020 yılında 8,5 milyar dolara düşmüştür (ITC, 2021). Bashimov ve Aydın'ın (2020), çalışması ile karşılaştırılacak olursa, benzer şekilde Rusya ile Çin arasındaki dış ticareti 1998-2018 yılları arasındaki verilere göre sektörel açıdan analiz etmiştir. Bu çalışmanın sonucunda elde edilen verilere göre Rusya'nın ihracatındaki ürün yoğunlaşmasının yıllar itibariyle artarak Gini-Hirschman endeksi değerinin 1998 yılında %42, 2008 yılında %58, 2018 yılında ise %75 civarına yükseldiği ve Rusya'nın Çin'den ithalatındaki ürün yoğunlaşmasının da 1998 yılında %42 iken 2018 yılında %60'a kadar yükseldiği görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında Rusya hem ihracatta hem de ithalatta ürün yoğunlaşmasını artırdığı ve iki ülke arasındaki dış ticaretin belli ürünlere bağlı olarak gerçekleştiğini göstermiştir. Ancak bu çalışma ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı ithalatta ürün yoğunlaşmasının olduğu ve bu yoğunlaşmanın son zamanlarda azaldığı; aynı ülkeden yaptığı ihracatta ise çeşitlenmenin olduğu görülmüştür.

4.2. Türkiye-Rusya Dış Ticaretinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Analizi

Çalışmanın bu kısmında, Türkiye-Rusya dış ticaretine ilişkin AKÜ endeksi verileri 2005-2012 ve 2013-2020 arası dönem olarak iki parça halinde Tablo 5'te analiz edilmiştir. Daha sonra tüm dönemlerin AKÜ ortalaması alınarak üstünlük dereceleri yorumlanmıştır. Birleştirilmiş mal sınıflamasına (2021) göre Türkiye 21 mal grubunun 16'sında Türkiye'nin Rusya'ya karşı karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken fasıl numaraları 15, 25-27, 44-46, 72-83 aralığında olan ürün gruplarında ise karşılaştırmalı üstünlüğü yoktur. Buna ek olarak 47-49 fasıl numarası arasındaki ürünler ise değerler sıfıra çok yakın olduğu için Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlük veya dezavantajı olduğuna dair bir fikir vermemektedir. Türkiye'nin ihracatta rekabetinin en yüksek olduğu ürün grupları Ayakkabılar, başlıklar, şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kemerler, kırbaçlar ve bunların aksesuarlarıdır.

Tablo 5. Türkiye'nin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük değerleri

Fasıl No	2005-2012 Dönemi Ortalaması	2013-2020 Dönemi Ortalaması	2005-2020 Dönem Ortalaması	Karşılaştırmalı Üstünlük Durumu
1-5	3,11	5,42	4,27	Pozitif
6-14	2,54	1,22	1,88	Pozitif
15	-1,81	-4,75	-3,28	Negatif
16-24	1,75	0,26	1,00	Pozitif
25-27	-2,93	-2,85	-2,89	Negatif
28-38	0,46	0,57	0,51	Pozitif
39-40	2,37	1,96	2,17	Pozitif
41-43	5,52	4,42	4,97	Pozitif
44-46	-0,56	-0,75	-0,65	Negatif
47-49	-0,10	-0,41	-0,26	Nötr
50-63	5,21	5,35	5,28	Pozitif
64-67	7,93	8,32	8,12	Pozitif
68-70	3,53	2,22	2,88	Pozitif
71	5,40	2,78	4,09	Pozitif
72-83	-1,04	-1,06	-1,05	Negatif
84-85	4,74	4,16	4,45	Pozitif
86-89	5,38	4,94	5,16	Pozitif
90-92	3,42	2,71	3,07	Pozitif
93	1,94	4,29	3,11	Pozitif
94-96	5,84	4,99	5,42	Pozitif
97-99	7,38	7,20	7,29	Pozitif

Kaynak: Trademap (ITC)'den alınan veriler doğrultusunda yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

2005-2020 yılları arası dönemde Türkiye'nin Rusya'ya karşı rekabet gücündeki değişime bakıldığında Türkiye'nin emek yoğun olan ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğünde artış görülürken, sermaye ve teknoloji yoğun ürünlerdeki karşılaştırmalı üstünlüğünün azaldığı Tablo 5'te görülmektedir. Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğünün arttığı ürünlerde 1-5, 28-38, 50-63, 64-67, 93, fasıl numarası arasındaki ürünler yer almaktadır. Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğünün azaldığı ürünler ise 6-14, 15, 16-24, 25-27, 39-40, 41-43, 44-46, 47-49, 68-70, 71, 72-83, 84-85, 86-89, 90-92, 94-96 ve 97-99 fasıl numarası arasındaki ürünlerdir. Kalaycı (2013) çalışmasında Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticareti 1995-2010 yılları arasındaki verileri SITC Rev.3'e göre düzenleyerek Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), İhracatta Benzerlik ve Grubel-Lloyd endekslerini kullanılarak analiz etmiştir. Çalışmadan elde ettiği bulgulara göre, Türkiye'nin 2010 yılına göre en fazla karşılaştırmalı üstünlüğü olduğu fasıl numaraları 07, 83, 85, 05, 84, 78, 27, 81, 65 iken karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu fasıl numaralarının ise 34, 32, 08, 56, 04, 25, 42, 68, 33 olduğu görülmüştür. Kalaycı (2013)'ün kapsadığı yıla göre incelenen 48 fasıl içerisinde 34 fasılda Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu görülmüştür. Yani incelenen ürünlerin içinde %70,83'ünde karşılaştırmalı üstünlük tespit edilmiştir. Bu çalışma ile oransal olarak karşılaştırıldığında Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün grubunun oranının arttığı yani incelenen 21 mal grubundan 16'sının karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu (%76,19) görülmektedir.

4.3. Türkiye-Rusya Dış Ticaretinde Grubel-Lloyd Analizi

Çalışmanın bu kısmında, Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaretin Grubel-Lloyd endeksi ile endüstri içi ticareti analiz edilmiştir. Tablo 6'da Türkiye-Rusya dış ticaretinin Grubel-Lloyd endeks değerleri görülmektedir. Bu değerlere göre, iki ülkenin karşılıklı ihracatında sektörel olarak benzerlik olup olmadığı incelenmiştir. Bilindiği üzere ihracat yapabilmeyen yolu büyük ölçüde üretim yapmaktan geçer. Dolayısıyla ülkeler ürettikleri malları ihraç edebileceklerinden dolayı endüstri içi ticaret yapan iki ülkenin benzer ürünleri ürettiği şeklinde de yorumlanabilir. Bu bağlamda, Tablo 6'daki Grubel-Lloyd endeks değerleri iki ülkenin dış ticaret yaptığı ürünlerin ne ölçüde benzer veya aynı fasıl ürünleri olduğu

yorumlamamıza katkı sağlayacaktır. Endeks değeri 0,50 ve üzerinde bir değer alırsa endüstri içi ticaret olduğunu 0,50'den küçük bir değer alırsa endüstriler arası ticaret olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir.

Tablo 6. Türkiye-Rusya dış ticaretinin Grubel-Lloyd değerleri

Fasıl No	2005-2012 Ortalaması	2013-2020 Ortalaması	2005-2020 Ortalaması
1-5	0,360	0,050	0,205
6-14	0,140	0,040	0,090
15	0,020	0,250	0,135
16-24	0,008	0,070	0,039
25-27	0,008	0,070	0,039
28-38	0,610	0,800	0,705
39-40	0,610	0,800	0,705
41-43	0,670	0,660	0,665
44-46	0,210	0,040	0,125
47-49	0,210	0,045	0,128
50-63	0,350	0,110	0,230
64-67	0,330	0,120	0,225
68-70	0,280	0,090	0,185
71	0,430	0,120	0,275
72-83	0,460	0,140	0,300
84-85	0,340	0,830	0,585
86-89	0,260	0,800	0,530
90-92	0,180	0,630	0,405
93	0,730	0,240	0,485
94-96	0,710	0,310	0,510
97-99	0,750	0,470	0,610

Kaynak: Trademap (ITC)'den alınan veriler doğrultusunda yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 6'da hesaplanan endeks değerlerine göre endüstri içi ticaretin yoğun olduğu ürün grupları arasında 28-38, 39-40, 41-43, 84-85, 86-89, 94-96 ve 97-99 fasıl numarası arasındaki ürünler yer almaktadır. Bu duruma ek olarak aynı fasıl numarasındaki ürünlerde Türkiye hem ihracat yaparken hem de ithalat yapmaktadır yani iki yönlü bir ticaret söz konusudur. Bunlardan 2005-2012 yılları ortalaması 2013-2020 yılları arasındaki ortalamalar ile karşılaştırıldığında 28-38, 39-40, 84-85, 86-89 arası fasıllarda endüstri içi ticaretin arttığı, 41-43, 94-96 ve 97-99 numaraları fasıllarda ise azaldığı görülmektedir. Tablo 6'da endüstri içi ticaretin olmadığı veya endüstriler-arası ticaretin olduğu ürün grupları ise 1-5, 6-14, 15, 16-24, 25-27, 44-46, 47-49, 50-63, 64-67, 68-70, 71, 72-83, 90-92 ve 93 fasıl numarası arasındaki ürün gruplarıdır. Bu aralıktaki ürünlerde Türkiye ya net ihracatçı ya da net ithalatçı konumundaki ülkedir. Bir başka deyişle iki ülke arasında büyük ölçüde tek yönlü bir ticaret söz konusudur. Örneğin mineral ürünlerde Rusya net ihracatçı konumunda iken gıda sanayi ürünlerinde Türkiye net ihracatçı konumunda olan bir ülkedir. Kalaycı (2013) çalışmasında Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticareti 1995-2010 yılları arasındaki verileri göre incelemiştir. Araştırmacının Grubel-Lloyd endeksinden elde ettiği bulgulara göre Türkiye ile Rusya arasındaki ticarete endüstri-içi ticaretin Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri (0), Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi ve buna bağlı sanayi ürünleri (5), Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar (6) ve Mineral yakıtlar, yağlar vb. damıtılmasından elde edilen ürünlerde (3) ürün gruplarından gerçekleştiği görülmektedir. Kalaycı (2013)'ün kapsadığı yıla göre ele alınan 9 ürün grubunun 3'ünde endüstri-içi ticaret, 6 ürün grubunda ise endüstriler arası ticaretin olduğu görülmüştür. Bu çalışma ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin 2005-2020 ortalaması göre 21 mal grubunun 7 mal grubunda endüstri-içi ticaret, 14 ürün grubunda ise endüstriler arası ticaret olduğu görülmektedir.

Sonuç

Bu araştırmada Türkiye-Rusya arasındaki dış ticaretin boyutu genel olarak incelendikten sonra, 2005-2020 yıllarını kapsayan Türkiye-Rusya dış ticaret verilerinden yararlanılarak iki ülke arasındaki dış ticarete yoğunlaşma derecesi Gini-Hirschman endeksi ile analiz edilmiştir. Gini-Hirschman analizi sonucuna göre Türkiye'nin Rusya'ya yaptığı ihracatta sektörel çeşitliliğin ithalattaki çeşitliliğe göre daha fazla olduğu görülmüştür. Buradan hareketle Türkiye'nin Rusya'ya sattığı ürünlerin daha fazla çeşitlenmiş ürünler iken satın aldığı ürünlerin daha çok yoğunlaşmış ürünler olduğu söylenebilir. Bashimov (2018) çalışmasında Türkiye ile İran arasındaki ikili ticaretin analizini yaparken 2000-2015 yılları arasındaki dış ticaret verilerini kullanarak elde ettiği Gini-Hirschman analizi sonucunda Türkiye'nin İran'a olan ihracatı, Türkiye'nin İran'dan olan ithalatına göre daha fazla sektörel çeşitlilik gösterdiği ve Türkiye'nin İran'a olan ihracatında ürün yoğunlaşmasının azaldığı sonucuna varmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarında Türkiye'nin ihracatında ürün çeşitlenmesinin daha fazla, ithalatında ise ürün yoğunlaşmasının daha fazla olduğu ve bu açıdan bakıldığında ise Türkiye'nin Rusya ile olan ticaret ilişkisi ile benzer sonuçlar verdiği görülmüştür. Daha sonra ise Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) endeksine göre Belirlenmiş Mal Sınıflandırmasındaki ürün gruplarında Türkiye'nin 21 mal grubunun 16'sında karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu ve 4 mal grubunda karşılaştırmalı üstünlüğünün bulunmadığı ve 1 mal grubunda karşılaştırmalı üstünlük veya dezavantajı olduğuna dair bir fikir vermediği görülmüştür. Akbulut ve Yılmaz (2015) ise Türkiye ile Rusya arasında dış ticareti sektörel düzeyde analiz ettikleri çalışmasının analiz sonucuna göre Türkiye'nin Rusya pazarında 8 mal grubunda karşılaştırmalı olarak üstün konumda olduğu 2 mal grubunda ise Türkiye'nin dezavantajlı konumda olduğu görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında bu çalışmanın sonuçları ile literatürdeki diğer çalışmalar arasındaki benzerlik ilişkisini yorumlamak incelenen mal gruplarının farklılık göstermesi sebebiyle tutarlı bir benzerlik ilişkisi vermemekle birlikte toplam mal grubu sayısına göre oransal olarak bakıldığında çalışmamızın sonuçları ile yakın bir benzerlik olduğu görülmüştür.

Son olarak ise Grubel-Lloyd Endeksi kullanılarak yapılan analiz sonucunda Türkiye-Rusya arasındaki dış ticarete endüstri içi ticaretin yoğun olduğu ürün grupları arasında 28-38, 39-40, 41-43, 84-85, 86-89, 94-96 ve 97-99 fasıl numarası arasındaki ürünlerin yer aldığı görülmüştür. Endüstri içi ticaretin daha seyrek olduğu ürün grupları arasında ise 1-5, 6-14, 15, 16-24, 25-27, 44-46, 47-49, 50-63, 64-67, 68-70, 71, 72-83, 90-92 ve 93 fasıl numarası arasındaki ürünlerin yer aldığı görülmüştür.

Sonuç olarak, Türkiye ile Rusya arasındaki dış ticaretin 2005-2020 yılları arasında hızlı bir şekilde artış gösterdiği fakat bazı dönemlerde dış ticaretin azaldığı görülmüştür. Bu sebepten dolayı iki ülke arasındaki dış ticaret yıllar itibariyle süreklilik gösteremediği söylenebilir. Türkiye-Rusya dış ticaretinde endüstri-içi ticaretin düşük olmasının nedeni ihracatta ve özellikle ithalatta ürün yoğunlaşmasının daha fazla olmasından, bir başka deyişle ürün çeşitlenmesinin az olmasından kaynaklıdır. Rusya'dan ithal edilen malların çeşitliliğinin az olması ve boyutunun yüksek olması bu ithal mallarının stratejik öneme sahip olmasından kaynaklıdır. Bu açıdan bakıldığında doğal gaz ithalatı bakımından Rusya'ya olan bağımlılığın azaltılması ve enerjide dışa bağımlılığı azaltıcı uygulamalar için gerekli adımların atılması gerekir. Bu adım başka pazarlar bulunarak ülke çeşitlenmesi yapılabileceği gibi yerli üretim imkânlarının geliştirilmesiyle ithalatın boyutunun da azaltılmasının yolları aranabilir.

Kaynakça

Akbulut, G. ve Yılmaz, C. (2015). "The Analysis of Turkey-Russia External Trade at the Sectoral Level" in Proceedings of International Conference of Eurasian Economies 2015, 431-436, Kazan, Russia.

Bashimov, G. (2018). Türkiye ile İran Arasındaki İkili Ticaretin Analizi, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30, 145-155.

- Bashimov, G. ve Aydın, A. (2020). “Rusya İle Çin Arasındaki Dış Ticaretin Sektörel Analizi”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 64-75.
- Benavides, A. (2011). “The Intra-Industry Structure of the United States’ in International Trade with Selected Industrialized and Developing Nations”, *International Journal of Business and Social Science*, 2 (22), 1-6.
- Çelik, A. (2019). “Ülkelerin Faktör Yoğunlukları Bakımından Rekabet Gücünün Ölçümü: BRICST Özelinde Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 14 (55), 339-357.
- Çeştepe, H. (2012). “Türkiye’nin Seçilmiş Ortadoğu Ülkeleriyle Ticaretinin Analizi”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (2), 23-43.
- Eliasson, J. (2008). Intra-Industry Trade between Sweden and Russia, *Master Thesis*, Jönköping.
- Erkekoğlu, H. ve Diğerleri (2014), “Kayseri İlinin Mobilya Sektörü Rekabet Gücü: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44, 1-22.
- Erlat, G. ve Erlat, H. (2004). “Türkiye’nin Orta Doğu Ülkeleri ile Olan Ticareti, 1990-2002”, GAP Bölgesinde Dış Ticaret ve Tarım, (Ed: E. Uygur ve İ. Cıvır), *Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını*, Ankara.
- Ferto, I. ve Jambor, A. (2015). “Drivers of Vertical Intra-Industry Trade: The Case of the Hungarian Agri-Food Sector”, *Agricultural Economics*, 46, 113-123.
- Hazners, J. ve Jirgena, H. (2013). “Intra-Industry Trade in Latvian Agricultural Commodities and Food Products”, *International Conference on Economics and Business Administration*, 16-19 July, Greece.
- <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-rusya-siyasi-iliskileri.tr.mfa>, (Erişim Tarihi: 17.05.2021).
- https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c792%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1, (Erişim Tarihi: 15.05.2021).
- Kalaycı, C. (2013). “Rusya Federasyonu ile Ticarete Türkiye’nin Açmazları”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8 (1), 37-57.
- Kalaycı, C. (2017). “Serbest Ticaret Anlaşmalarının Türkiye’nin Dış Ticaretine Etkileri: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi Uygulaması”, *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 3(2), 133-147.
- Karakaş, A. ve Karakaş, D. N. (2012). “Bölgesel Ekonomik Güç Merkezi Olma Yolunda Türkiye’nin Dış Ticaretinin Karşılaştırmalı Görünümü: Yenidünya Düzeninde Yeni Cazibe Merkezi (mi?)”, *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3 (3), 67-90.
- Kutlu, R. (2005). “Türkiye’nin İslam Ülkeleri Karşısındaki Rekabet Gücünün Ölçülmesi”, *İslami Araştırmalar Dergisi*, 18 (4), 429-436.
- Leitão, N. C. ve Faustino, H. C. (2008). “Intra-Industry Trade in the Food Processing Sector: The Portuguese Case”, *Journal of Global Business and Technology*, 4 (1), 49-58.
- Salim, S. ve Ojha, S. N (2004). “Commodity Diversification and Geographic Concentration on Indian Seafood Exports”, *Southern Economist*, 15, 23-24.
- Sandalcılar, A. R. & Ayran Cihan, K. (2018). “Türkiye İle Gürcistan Arasındaki Dış Ticaretin Sektörel Analizi”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Prof. Dr. Harun TERZİ Özel Sayısı*, 361-378.

- Sawhney, U. & Kiran, T. (2019). “Bilateral Trade among Brazil, Russia, India, China and South Africa Economies: An Empirical Analysis”, *Millennial Asia*, 10 (2), 204-228.
- Shahab, S. and Mahmood, M. T. (2012). “Comparative advantage of leather industry in Pakistan with selected Asian economies”, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(1), 133-139.
- Şimşek, N. ve Sadat, S. A. (2009). “ECO Pazarında Türkiye: 1997-2005 Dönemi Rekabet Gücü Analizi”, *Sosyo Ekonomi*, 2, 135-158.
- Tegene, A. (1990). “Commodity concentration and export earnings instability: The evidence from African Countries”, *The American Economist*, 34(2), 55-59.
- Tunç, Ş. Ö. (2012). Türkiye'nin OECD Ülkeleri ile Endüstri-İç Ticaretinin Değerlendirilmesi (2000-2010). (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Ulucan, H., Çeviş, İ. ve Ceylan, R. (2014). “Türkiye’de Endüstri-İç Ticaretin Gelişimi”, *NWSA-Social Sciences*, 9 (3), 31-53.
- Utkulu, U. ve Seymen D. (2004). “Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15”, *European Trade Study Group 6th Annual Conference*, ETSG 2004, Nottingham, September 2004.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.


ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50
2. yazar katkı oranı : %50



Kâr Amacı Gütmeyen Kurumlar Olarak Kent Konseylerinin Proje Seçim Kararında Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi

Determining the Factors Influencing the Project Selection Decision of City Councils as Non-Profit Institutions

Dr.Öğr. Üyesi Gülgönül BOZOĞLU BATI ¹

Öz

Karar verme, yöneticinin en önemli fonksiyonu olarak bilinir. Karar vermede veriye dayalı bilimsel analiz yöntemlerinin kullanılması güvenilir sonuçlar sağlar. Böylece yöneticinin aldığı kararın daha rasyonel olması sağlanabilir. Tıpkı işletmeler gibi kentin yönetimi de aynı rasyonel bakış açısını gerektirir. Kent Konseyleri kamu, sivil toplum ve özel sektör paydaşlığı ile yönetim prensibini benimseyen yapılandırılmıştır. Konseylerde alınan kararlar tavsiye niteliğinde olmakla birlikte burada alınan kararların yerel yöneticiler üzerinde yaptırımları bulunur. Kent Konseylerinde proje kararları verilirken toplumsal menfaatin ön planda tutulması beklenir çünkü yönetmek rasyonel olduğu kadar etik de olmalıdır. Bu çalışmada, yönetim prensibinin en etkin uygulayıcısı olan Kent Konseylerinin proje seçim kararlarında göz önünde tuttukları kriterler değerlendirilmiştir. Dört farklı ilde (İstanbul, Bursa, Yalova ve Denizli) etkin çalışmalar sürdüren Kent Konseylerinin yürütme kurullarında görev alan altı yetkili (başkan, genel sekreter, proje yöneticisi), projelere ait altı kriteri değerlendirmişlerdir. Çok Kriterli Karar Verme tekniklerinden Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) kullanılarak uzman görüşleri sıralanmıştır. Uzmanların yaptığı özgün değerlendirmeler geometrik ortalama ile grup kararına evrilmiştir. Analiz sonucunda “proje ile ilgili siyasi beklentiler” kriterinin proje seçiminde en yüksek ağırlıkla ilk sırada yer aldığı görülmüştür. “Projenin sosyal etkisi” kriteri ise en düşük ağırlıkla son sırada yer almıştır. Ortaya çıkan bu sıralama Kent Konseylerinin tarafsızlık ilkesini sorgulatabilir.

Anahtar Kelimeler: Yönetişim, karar verme, analitik hiyerarşi süreci

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Decision-making is known as the most important function of a manager. Using scientific analysis methods, which depend on data, provides reliable results. Thus, it can be ensured that the decision taken by the manager is more rational. Like businesses, city management requires the same rational point of view. City Councils are structures that adopt the principle of governance with the public, civil society, and private sectors partnership. Although the decision taken in the Council is advisory, the decisions taken here have sanctions on the local administrators. While making project decisions in City Councils, it is expected that the social interest is prioritized because governing must be ethical as well as rational. In this research, the criteria taken into consideration by the City Council, which are the most effective implementers of the governance principle, in their project selection decisions were evaluated. Six officials who take part in the executive committees of the City Councils (as chairman, general secretary, project manager) who carry out effective studies in four different provinces (Istanbul, Bursa, Yalova and Denizli) evaluated the six criteria of the projects. Expert opinions are listed by using the Analytical Hierarchy Process (AHP), one of the Multi-Criteria Decision-Making techniques. Unique evaluations from each official are transported to group decisions by using geometric means. As a result of the analysis, it is seen that the criterion of “Political expectations about the project” took first place in the project selection with the highest weight. The criterion of “social impact of the project” was in the last place with the lowest weight. This ranking may question the impartial principle of the city councils.

¹Yalova Üniversitesi, Yalova İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, gulgonul@yalova.edu.tr

Atf için (to cite): Bozoğlu Batı, G. (2024). Kâr amacı gütmeyen kurumlar olarak kent konseylerinin proje seçim kararında etkili olan faktörlerin belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 113-126.

Keywords: Governance, decision making, analytical hierarchy process

Paper Type: Research

Giriş

Yönetişim kavramı ilk olarak dilimize 1996 yılında Habitat II Konferansı ile girmiştir. Söz konusu konferansın hazırlık çalışmaları sırasında İngilizce “Good Governance” kavramı dilimize “yönetişim” olarak girmiştir. Bu kavram, esasen “birlikte yönetmek” anlamını tam olarak vermektedir ve bu manada başarılı bir çeviridir denebilir.

İyi yönetişim demokratik bir yönetim için gerekli tüm ilkeleri içerir. Bu ilkeleri katılımcılık, şeffaflık, hesap verilebilirlik, tutarlılık, etkinlik, adil olma, yerinden, ölçülü ve hukuka bağlı olma olarak ifade etmek mümkündür.

Yönetişim modelinde kamu (merkezi ve yerel yönetim temsilcileri, üniversiteler vb.), sivil toplum (dernekler, vakıflar, odalar, sendikalar vb.) ve özel sektör temsilcileri birlikte yer almaktadır. Dolayısıyla, karar verme ortak bir paydada uzlaşa sağlayarak gerçekleşir. Bu da kararların yönetme yetkisini alan irade tarafından tek başına değil, çeşitli grupların süreçlere dahil olmasıyla alındığı anlamına gelir.

Karar verme çeşitli aşamalarla ilerleyen bir süreç olarak düşünülebilir (Drucker, 1967). Strateji ise yönetim açısından örgütün hedefe ulaşmak için izleyeceği yol anlamına gelir (Özgür, 2004, s. 209). Strateji, yönetimde sayısal karar verme teknikleri uygulanarak programlanabilir ve karar vermede optimal çözüm çeşitli matematiksel ve istatistiksel yöntemlerle bulunabilir.

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), karar almada karar vericilerin önceliklerini dikkate alan, birden fazla kritere sahip karmaşık problemler için kullanılabilen bir karar verme yöntemidir. Karar vericinin objektif ve subjektif düşüncelerini karar sürecine dâhil eder. Karar kriterleri arasında ikili karşılaştırmalar yapılabilir (Vaidya ve Kumar, 2006, s. 2). Bir amaç ve bu amaca bağlı ana ve alt kriterler alternatifleri ile birlikte ortaya konur. Böylece bir hiyerarşik yapı ortaya çıkar.

Yönetişim çok aktörlü karar verme biçimidir. Paydaşların ortak hedefe yönelik farklı düşüncelerinin olması kaçınılmaz bir durum olacaktır. Bu sebeple, AHS uzlaşıda bir çözüm yöntemi olarak ele alınabilir. Çalışmanın amacı, katılımcı yönetim içeren süreçlerde bir sayısal karar verme yöntemi olarak AHS'nin kullanımının olumlu sonuçlarına dikkat çekmektir. Bu amaçla 4 farklı ilden, çok aktörlü yönetimi içeren kent konseyi başkanı, genel sekreteri veya proje yöneticileri tarafından anket doldurulmuş, elde edilen uzman görüşleri ile kent için uygulanacak projelerde proje maliyeti, projenin yerel ve ulusal plan ve stratejiler ile uyumu, proje ile ilgili vatandaş talepleri, proje ile ilgili siyasi beklentiler, projenin sosyal etkisi, projenin çevreye etkisi, projenin diğer planlarla yatay ya da üst ilişkisi kriterleri için ağırlık değerleri hesaplanmıştır.

1. Yönetişim ve Karar Verme

Bu bölümde yönetişim kavramının tanımına yer verilmiş, Türkiye'deki fiili uygulamalar tarihsel süreç içerisinde açıklanmış ve işletmeler açısından karar vermenin önemi detaylandırılmıştır.

1.1. Yönetişim Kavramı ve Türkiye'deki Yeri

Yönetişim, bir tarafın diğer tarafı yönettiği bir ilişkiden, karşılıklı etkileşimlerin öne çıktığı ilişkiler bütününe doğru dönüşüm anlamı taşımaktadır (Toksöz, 2008, s.7) Bu anlayışta kamu, özel ve sivil toplum örgütleri karar alırken, kararı uygularken, kararın uygulanmasında yükümlülüklerini yerine getirirken iş birliği içerisinde hareket ederler. Tüm bu aktörlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan kompleks sistem, her birinin birbiriyle olan iletişimi ve etkileşimi için yönetişim kavramı kullanılır.

Yönetişim, çok aktörlü, kendisi yapmaktan çok toplumdaki aktörleri yapabilir kılan ve bireyle devlet arasında yeni bir ilişki biçiminin gelişmesini kavramsallaştırmak için kullanılmaktadır (Tekeli, 2003, s. 226-227). Burada kilit nokta, vatandaşların kendilerini ilgilendiren konularda alınan kararların oluşum sürecine katılımı ve bunu sağlayacak yerinden yönetim yapısının sağlanmasıdır (Palabıyık, 2003, s. 227). Bu sayede, katılımcı demokrasi hayata geçebilir, toplumdaki tüm aktörler etkin kılınır ve kaynaklar yönlendirilir.

Yönetişimde temel öğeler tutarlılık, sorumluluk, hesap verebilirlik, adillik, şeffaflık, katılımcılık, etkinlik ve hukuka bağlılık olarak sıralanabilir (Toksöz, 2008, s. 8). Bu ilkeler benimsendiğinde çok aktörlü bir yönetim biçimi başarılı olabilir. Bu ilkeler sayesinde kamu hizmeti denetlenebilir bir yapıya kavuşur.

Yerel yönetişimin rolünü, ulusal politikaların yerel ihtiyaçlara cevap vermesini sağlama, merkezi yönetim ile vatandaşlar arasında sorumlulukların paylaşılması, yöneten ile yönetilenler arasında bir güven zemininin oluşması, yerel kaynakların ve potansiyelin uygun şekilde kullanılması, yerel düzeyde katılımın güçlenmesi, küresel kalkınma hedeflerinin daha hızlı ve etkin hedefe ulaşması için yerel aktörlerin etkin kılınması, yerel düzeyde başarılı işbirliklerinin geliştirilmesi olarak özetlemek mümkündür. Burada iş birliklerinin çoğalması, katılımcılığın artması, hesap verme kültürünün oluşması ve bilginin paylaşılması anahtar ifadelerdir. Demokrasi kültürü, Atina'da ilk ortaya çıkışında oy hakkına sahip olanların doğrudan karara katıldıkları bir yönetim biçimi olarak ortaya çıkmıştı. Bu kültür zamanla katılımcı sayısının ve kararların karmaşıklığının artması ile doğrudan yerine temsili katılıma evrilmiştir. Elbette temsilcilerin aldıkları kararlar her zaman toplumları tatmin edemez. Yirmi birinci yüzyıla gelindiğinde artan eğitim düzeyi, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler katılımcı demokrasi kavramını tekrar gündeme getirmiş ve sivil toplum kurumları da toplumsal kararların alınmasında etkili rol üstlenmiştir.

Sivil toplum örgütleri için 1992 yılında Rio'da yapılan "Yeryüzü Zirvesi" olarak anılan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı bir milat olmuştur. Bu Zirve'de sivil toplum örgütleri ilk kez devletlerin yanında ikinci bir aktör olarak yer almıştır. Zirve'de yerel, ulusal ve uluslararası eylem planlarının sivil toplum katılımı ile hazırlanması kararı alınmıştır. "Yerel Gündem" isimli bu karar ait olduğu yüzyılın ismi ile de birlikte anılarak "Yerel Gündem 21" ismini almıştır. 1996'da İstanbul'da gerçekleşen Habitat II Konferansı'nda sivil toplum örgütleri yerel yönetimlerin paydaşı sayılmıştır. Bu konferans sırasında Birleşmiş Milletler Kalkınma Örgütü (UNDP), Rio ve İstanbul'da alınan kararların gelişmekte olan ülkelerde hayata geçmesi amacıyla Yerel Gündem 21 isimli programı uygulamaya koyma kararı almıştır. Bu program yerel düzeyde katılım ve iş birliği oluşturma amacı taşımaktadır. 1997'de Türk Cumhuriyeti ile Birleşmiş Milletler arasında imzalanan anlaşma ile bu program Türkiye'de aşama aşama hayata geçmiştir. Bu program ile kamu kurumları, özel sektör temsilcileri ve sivil toplum temsilcilerinin yanı sıra genç, kadın, engelli gibi dezavantajlı grupların da Kent Konseyleri aracılığı ile yerel yönetimlerde söz sahibi olması sağlanmıştır. Program, Türkiye'de 60'ı aşkın ilde uygulanmıştır. Yerel Gündem 21 Programları ile özümseven yönetim kültürü Kent Konseyleri olarak 5393 sayılı Belediye Kanunu ile Temmuz 2005'te yasal zemine oturmuştur (Md.76). Böylece yerel yönetimlerde yönetime dayalı anlayış inisiyatiflerden bağımsız, kanun nezdinde bir uygulamaya kavuşmuştur. Kent konseylerinde; doğal üyeler (Vali, Belediye Başkanı, İl Milletvekilleri, Belediye/İl Genel Meclisi Üyeleri vb.), kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, meslek odaları (Baro, Ticaret ve Sanayi Odaları, TMMOB'ne bağlı Odalar, Esnaf Odaları...), mahalle muhtarları, muhtar dernekleri, iş dünyası/özel sektör kuruluşları, sendikalar, dernekler ve vakıflar, kadın, gençlik, engelli gibi kent konseyi meclislerinin temsilcileri, çalışma gruplarının sözcüleri yer alır.

Kent Konseyleri yönetişimin en önemli unsurlarından biridir. Kentin ortak aklını oluşturur ve bu bağlamda halkın yönetime katılmasının sadece seçimlerden ibaret olmadığı yeni bir sistem ortaya koyar. Bu yolla temsili demokrasi bir nebze katılımcı demokrasiye dönüşür.

Bu sistem, yönetimi elinde bulunduran Devlet için de pek çok avantaj sağlamaktadır. Bu avantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

1. Toplumsal sorunların çözümünde sivil toplumun desteği sağlanır. Bu destek pek çok sorunun çözümünde Devlet açısından son derece önemlidir.
2. Demokrasi kültürü yerel düzeyde kurulan bu paydaşlık ile güçlenir ve yaygınlaşır.
3. Daha şeffaf bir yönetim anlayışı ortaya çıkar. Kent yöneticileri hesap verebilir ve yönetilenlerin işleyiş hakkında hesap sorabilmeleri için bu etkin platformu kullanabilirler.
4. Yönetim etkin kılınır. Vatandaş önerileri daha hızlı ve sistematik bir biçimde alınabildiği için verimlilik artar.
5. Demokrasi süreçlerinin niteliği ve işleyişi arttıkça toplumun refah düzeyi de artar.

Bir yönetim mekanizması olarak Kent Konsey'leri yönetilenlerden yönetenlere doğru bir bilgi akışına imkân verir. Ayrıca, uygulanan politikalardan etkilenenlerle müzakere ihtiyacına cevap veren önemli bir oluşumdur.

Yönetişimin uygulanabilmesi için o ülkedeki aktif yurttaşlık bilinci ve örgütlü toplum yapısı belirleyici kriterlerdir. Çünkü bu iki kavram yönetişimin en önemli aksiyomları olan katılım ve sivil toplum ile ilgilidir (Sobacı, 2007, s. 228). Dolayısıyla özgür, özerk ve aktif yurttaşlık anlayışına sahip vatandaşlık yapısı söz konusudur (Sarıbay, 2000, s. 85-86). Söz konusu katılımı sağlayan mekanizmaların yasal güvence ile kurulması ve belirtilen ilkeler çerçevesinde işletilmesi ile yönetim anlayışı hayata geçebilir.

Kent Konseyleri bünyesinde yer alan meclisler ve çalışma grupları çalışma alanları özelinde farklı sorunlarının tespit edilmesi ve çözüme kavuşturulması konusunda öneriler vererek yarar sağlamaktadır (Karasu, Çelik ve Altıparmak, 2020, s. 101).

Kent Konseylerine yönelik yapılan bilimsel yayınlara bakıldığında çalışmaların yoğunluklu olarak konseyin yönetim ile ilişkisine odaklanıldığı görülmektedir (Arslan, 2020; Bektaş, 2019; Çukurçayır vd. 2011; Demirci, 2010). Bu bağlamda il özelinde çalışmalar yapılmış ve Kent Konseylerinin algısı (Şayah Akdemir, 2019; Taş ve Çiçek, 2019; Küçükıymaz, 2022), işleyişi (Çiğdem, 2020; Öz, 2020; Bayrakçı, Kahraman ve Dinçer, 2018) ve etkinliği (Özlü, 2020; Uzun ve Kavanoz, 2018; Keskin, Erbey, Cindoruk ve Tatlı, 2011; Can ve Akman, 2021; Küçükşen ve Yaman, 2018) incelenmiştir. Literatürde proje seçilirken kullanılan kriterlerin değerlendirilmesine ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma bu alanda yapılan ilk araştırma özelliğini taşımaktadır.

1.2. Yönetimde Karar Verme

Karar vermek bir yöneticinin en önemli vazifesidir. Kararın iyiliği, etkililik, verimlilik, uygulanabilirlik ve zamanlamanın fonksiyonudur. Bağımlı değişken olan kararın iyiliği bu dört bağımsız değişken tarafından artırılabilir veya azaltılabilir (İmrek, 2003, s. 4). Karar verme bir süreç olup bir tercih yapılması ile son bulur. Bu süreçte bir başlangıç vardır ve bu başlangıcı farklı iş, faaliyet ve düşünce takip eder (Koçel, 2003, s. 80). Drucker (1967, s. 2), seçimin yanı sıra seçimin uygulanması, sonuçlarının geri bildirim ile değerlendirilip takip ve kontrollerinin yapılması ile sonlanacağını belirtir.

Karar verme, yönetim bilimlerinin temellerini atan Fayol tarafından yönetim süreçleri içerisine dahil edilmemiştir. Bu durum, karar vermenin tüm süreçlerinin içerisinde yer aldığı ve diğer tüm süreçlerin buna bağlı olarak ilerlediği gerçeği ile açıklanabilir (Çelikten, Gılıç, Çelikten ve Yıldırım, 2019, s. 582).

Karar verme sürecinin safhalarını şu şekilde özetlemek mümkündür (Can, 1991, s. 209):

1. Sorunun farkına varma
2. Sorunu tanımlama
3. Alternatifleri geliştirme

4. Alternatifleri değerlendirme
5. En iyisini seçip uygulama
6. Kararı değerlendirme

Bir karar süreci öznel (subjektif) ve nesnel (objektif) faktörlerden etkilenir (Kurt, 2003, s. 21). Bu bağlamda karar vericinin tecrübesi, sezgi gücü, bilişsel becerilerinin yanı sıra bulunduğu mevki, çevresi ve kullandığı karar verme teknikleri de alınan karar üzerinde etkiye sahiptir. Kamu, özel sektör ve sivil toplum gibi farklı çıkar gruplarının bir arada karar vermeleri elbette birtakım anlaşmazlıkları beraberinde getirecektir. Karar alternatifleri arasından her kesimin razı olacağı alternatifini seçmek objektif bir yaklaşım gerektirir. Bu anlamda bilimsel bir karar destek yöntemi kullanılması en iyi kararın alınmasında karar vericilere objektif bir çözüm sunar.

Verilen kararın doğruluğunun ve yanlışlığının değerlendirilmesi ve karar vericide tatmin veya tatminsizlik yaratması o karara sadece rasyonel değil, aynı zamanda etik açısından da bakılmasını gerektirir (Kıral, 2015, s. 74). Etik, gerek kararı verirken gerekse uygularken iyi ve kötü kavramlarının standartlarını belirler (Daft, 2003, s. 138). İş etiği, işletmenin çıkar grupları ile güven oluşturması, toplumsal imaj oluşturması, kurum içerisinde davranışlara yön vermesi ve çalışanların daha iyi performans göstermesi gibi konularda oldukça önemlidir. Bu sebeple bazı ahlaki standartların olması gerek işletme başarısını gerekse de çalışma yöntemlerini iyileştiren birer fırsattır (Oruç, 2004, s. 56-59). Bu manada kararın niteliği açısından rasyonel olmanın yanı sıra etik de olması çok ortaklı yapılanmalarda başarı ortamı tesis eder.

1.2.1. Çok Kriterli Karar Verme

Karar vermede hem kısıtlar hem de amaçlar göz önünde bulundurulur. Dolayısıyla, karar verici birden fazla kriteri göz önünde bulundurmak zorundadır. Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri, Karar Analizi yöntemlerinden biridir. Genellikle birbiri ile çelişen somut ve soyut kriterler arasından en iyisini seçmek için kullanılan bu yöntemler ile karar vericiye en iyi alternatif önerilir. Yoon ve Hwang (1995, s. 3) yaptıkları çalışmada Çok Kriterli Karar Verme'yi Çok Amaçlı Karar Verme ve Çok Kriterli Karar Verme şeklinde iki kısımda incelemişlerdir. Çok Amaçlı Karar Verme hedefe ulaşma, tatmin, ideal noktaya yakınlık gibi karar vericinin taleplerinin tatmin derecesini ölçer. Çok Kriterli Karar Verme ise bazen farklı ağırlıklara sahip kriterlere göre, farklı özellikteki seçenekler kümesinden seçim yapmak, sıralamak veya sınıflandırmak için kullanılan yöntemler topluluğudur (Özbek, 2019, s. 25).

Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri seçim, sınıflama ve sıralama başlıklarında değerlendirilir (Turan, 2014, s.18). Seçim problemlerinde en iyi alternatif belirlenir. Sınıflama problemlerinde belirli kriterlere göre alternatifler bir araya getirilir. Sıralama problemlerinde ise ölçülebilen alternatifler büyükten küçüğe doğru sıralanırlar. Bu çalışmada kullanılan Analitik Hiyerarşi Süreci burada sıralanan her üç teknik için de kullanılan bir Çok Kriterli Karar Verme Yöntemidir.

Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinin tamamında üç temel aşama vardır (Triantaphyllou, 2000, s. 5-6):

1. Kriterlerin ve alternatiflerin belirlenmesi,
2. Kriterlerin göreceli önemine ve bu kriterlerin alternatiflerinin etkilerine göre sayısal ölçülerin eklenmesi,
3. İlgili yöntemin işlem sıralamasına göre hesaplamaları yaparak her seçeneğin sırasının belirlenmesi

Günümüzde yöneticiler büyük verilerle çalışmaktadır. Çok Kriterli Karar Verme teknikleri de gelişen teknoloji ile büyük boyutlu matrislerin karşılaştırılmasında ortaya çıkabilecek karmaşıklığı azaltan, işlem kolaylığı sağlayan ve karşılaştırma matrislerinin tutarlılıklarını arttıran yazılımların gelişmesi ile daha etkin bir şekilde kullanılabilir olacaktır.

2. Yöntem

Analitik Hiyerarşı Süreci (AHS) çok kriterli karar verme tekniklerinden biridir. Thomas L. Saaty tarafından 1977 yılında geliştirilmiştir. Zaman içerisinde ekonomi, mühendislik, eğitim, kamu politikaları, yönetim gibi pek çok alanda uygulanmıştır.

AHS ile bir konuda uzman veya söz sahibi kişiler kendi düşüncelerini ortaya koyar. Böylece tüm grup üyeleri kendi fikirlerinin dikkate alınmış olduğunu bilir. Bu, karar vermede söz sahibi olan grup üyelerinin motivasyonunu arttıracaktır. Grubun karar alma süreci ortak bir karara ulaşılması ile uzlaşa sağlanarak tamamlanabilir.

AHS, ikili karşılaştırmalar doğrultusunda ölçüm yapan bir teoridir ve önemli ölçekler türetmede uzmanların kararına dayanır (Saaty, 2008, s. 122). Karmaşık karar problemlerinde, göreceli önem değerleri verilen karar alternatiflerinin değerlendirilmesinde kullanılır. Hem nitel hem de nicel karar kriterlerini birlikte değerlendirmek mümkündür. Objektif ve subjektif düşünceler karara dâhil edilebilir. Bu sebeple AHS ile oldukça gerçekçi sonuçlara ulaşmak mümkündür.

Karmaşık bir problemin en üstte amaç ve altında kriter ve alt kriterler olacak şekilde ayrıştırılarak hiyerarşik şekilde sıralanması sürecin özünü oluşturur (Pohekar ve Ramachandran, 2004, s. 369). Hiyerarşik yapının oluşturulması ile ele alınması gereken çok sayıda kriter karar verme sürecinde bir arada değerlendirilebilir.

AHS yöntemi ile karar vericilerin yargılarının tutarlılığı ikili karşılaştırma matrislerinin tutarlılıklarının hesaplanması ile ölçülmüş olur. Bu da esasen yöntemi daha güvenilir kılmaktadır.

Karar vermede söz sahibi uzmanlar tarafından hiyerarşik yapı içerisindeki kriterler ve alternatiflerine karşılaştırma yaparak karar alternatiflerine göreceli önem değerleri verilir. Bu karşılaştırmada Saaty tarafından geliştirilen 1-9 ölçeği kullanılır.

Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit derecede önemli	Amaca ulaşmada her iki faaliyet eşit derecede katkıda bulunur
3	Birinin diğerine göre çok az önemli olması	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine çok az derecede tercih ettirir
5	Kuvvetli derecede önemli	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine kuvvetli şekilde tercih ettirir
7	Çok kuvvetli düzeyde önemli	Bir faaliyet güçlü şekilde tercih edilir ve baskınlığı uygulamada rahatlıkla görülür
9	Aşırı derecede önemli	Bir faaliyetin diğerine tercih edilmesine ilişkin kanıtlar çok büyük güvenilirliğe sahiptir
2,4,6,8	Ortalama değerler	Uzlaşma gerektiğinde kullanmak üzere yukarıda listelenen yargılar arasma düşen değerler
Reciprocal		Tersi karşılaştırmalar için

Kaynak : Saaty, 1980, s. 54

Tablo 1’de gösterilen önem derecesi ölçeğinde en düşük değer 1/9’dur çünkü, karşılıklı kıyas aksiyomuna göre $a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}$ olacak şekilde düşülür. En yüksek değer ise 9’dur. 1 eşit dereceli önemli kriterler için kullanılır.

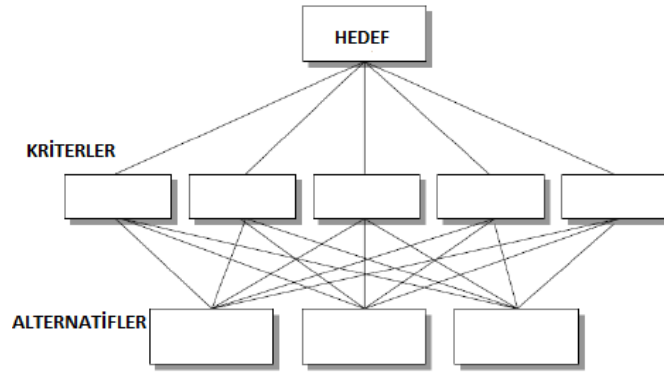
Bir karar problemi AHS yöntemi ile çözümlenirken izlenen adımları şu şekilde sıralanabilir (Saaty, 1999, s. 406; Saaty, 2008, s. 85; Saaty, 2013, s. 17-18; Önder ve Önder, 2014, s. 23-24):

1. Hiyerarşik yapının oluşturulması
2. İkili karşılaştırma matrisi oluşturulması
3. Sentezleme
4. Tutarlılık analizi
5. Nihai sıranın belirlenmesi
6. Duyarlılık analizi

İlk adım olan hiyerarşik yapının oluşturulmasında ilk olarak karar probleminin amacı belirlenir. Daha sonra bu amaca yönelik kriterler ve alternatifler ortaya konur. Bir amaç hiyerarşisinde seviyeler aşağıdaki gibidir (Lee, 2010, s. 136):

1. Hedef (Goal): Karar probleminin amacı
2. Kriterler (Objectives): Amaca etki etmesi gereken faktörler
3. Alternatifler (Alternatives): Hedefe ulaşmada uygun olan alternatifler

Şekil 1. AHS hiyerarşik yapının oluşturulması



Burada karar öznelidir. Aynı amaca yönelik farklı karar vericiler farklı kararlar alabilir. Çünkü öncelikler kişiseldir. Karmaşık bir karar verme problemi karşısında, tam da bu sebepten, tutumlar da farklılık gösterir. Bu bakımdan, hiyerarşik yapı oluşturulurken hedef, kriterler ve varsa alt kriterler, alternatifler karar verici tarafından doğru tanımlanmalıdır.

Şekil 1’de gösterilen hiyerarşik yapı her zaman eşit kriter ve kriterlere ait eşit sayıda alt kriterden oluşmak zorunda değildir. Bu durum karar probleminin yapısına göre değişiklik göstermektedir. Bazen kriterlerin altında farklı sayıda alt kriter bulunabilir. Bazense alt kriterler yer almayabilir (Ayçin, 2019, s. 4).

İkinci adım ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmasıdır. Bu matriste satır ve sütunlarda sırayla alternatifler yer alır. Her satır ve sütun ikili olarak birbiriyle karşılaştırılır. Karşılaştırma yapılırken yukarıda detayları verilen Saaty ölçeği kullanılır. İkili karşılaştırmalarda bir alternatif kendisi ile karşılaştırılıyorsa 1 değerini alır. Karar verici/uzman bir kriteri diğerine göre daha üstün buluyorsa özgün kararı gereğince ölçekten bir değer atar.

Sentezleme aşamasında karşılaştırma matrisleri normalize edilir. Matriste yer alan her eleman ilgili sütun toplamına bölünür. Bu aşamayı matematiksel olarak şu şekilde ifade etmek mümkündür:

$$a'_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}}$$

Burada i , matris satırını j ise matris sütununu temsil etmektedir.

Tutarlılık analizinde, karşılaştırma matrislerinin öz değer ve öz vektörleri kullanılarak tutarlılık oranı hesaplanır. Burada ağırlık değerlerinin 0,1'den küçük olması durumunda matrisin tutarlı olduğu söylenir. Tutarlı olmayan bir matristen elde edilen ağırlıklar kullanılmaz. AHS'de değerlendirmeler uzmanların kişisel değerlendirmeleri doğrultusunda yapıldığı için yanılgılar ortaya çıkabilmektedir. Tutarlılık oranı, bu durumu ölçer. Tutarlılık endeksi maksimum vektör kullanılarak hesaplanır. Tutarlılık endeksi ile birlikte Rassallık Endeksi'ne bakılır. Rassallık endeksi için farklı akademisyenler tarafından farklı değerler önerilmiştir (Önder ve Önder, 2014, s. 34). Bu çalışmada Saaty tarafından 1980 yılında önerilen değerler kullanılmıştır.

Tablo 2. Rastgele endeks (RI) değerleri

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,53	1,56	1,57	1,59

Son olarak alternatiflerin genel puanları belirlenir. Kriterlerin ağırlıkları ve her bir kriter için alternatiflerin ağırlıkları çarpılarak genel bir sonuç elde edilir.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu bölümde, kamu, sivil toplum ve özel sektörün bir arada yürüttüğü projeler için bir yönetim mekanizması olan Kent Konseylerinin proje uygulamada hangi kriterleri öncelik haline getirdiği hakkında yapılan araştırmanın analizi ve sonuçları yer almaktadır.

Çalışmanın ana amacı, yönetim prensibi ile kentlere hizmet veren Kent Konseyi mekanizmalarının gerçekleştirdikleri projelerdeki öncelikleri belirlemede Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden de yararlanılabileceğini göstermektir. Sosyal bilimlerde Analitik Hiyerarşi Süreci nadir kullanılan bir yöntemdir. Kâr amacı gütmeyen projelerde kriterlerin önceliklendirilmesi için nicel yöntemleri kullanmak daha etkin ve verimli seçimler yapılmasını sağlayacaktır. Çalışma bu anlamda AHS metodunun sosyal bilimlerde kullanımına yeni bir örnek oluşturmaktadır.

Çalışmanın bir diğer önemi, kâr amacı gütmeyen kurumların kalkınma odaklı olması beklenen projelerinde hangi kriterlerin rol oynadığını karar vericiler açısından görülmüştür. Bu sayede hangi içerikteki projelerin kent yaşamında adapte edildiği tespit edilmiş olacaktır. Bu yol ile söz konusu kurumların etkinlik alanları için de bir perspektif sunulmaktadır.

Projelerin yönetimi sistematik ve analitik bir süreçtir. AHS de sistematik ve analitik bir süreçtir. Dolayısıyla bu yöntem proje yönetimindeki kriterlerin seçimi açısından uygundur.

2.2. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Aracı

Çalışma kapsamında iradi (rastlantısal olmayan) örnekleme metodu kullanılmıştır. İradi örnekleme, araştırmacının kişisel yargısına göre seçim yaptığı örnekleme metodudur (Armutlulu,2004, s.32). Bu çerçevede İstanbul, Denizli, Yalova ve Bursa Kent Konseylerinde Konsey Başkanı, Genel Sekreteri ve Proje Yöneticisi olarak çalışan uzmanlar ile görüşülmüştür. Uzmanlara, proje planlamadaki öncelikleri sorulmuş ve mukayesesi istenmiştir. Kriterler: proje maliyeti, projenin yerel ve ulusal plan ve stratejiler ile uyumu, proje ile ilgili vatandaş talepleri, proje ile ilgili siyasi beklentiler, projenin sosyal etkisi, projenin çevreye etkisi olarak sıralanmıştır. Çalışmada Saaty (1980) tarafından önerilen ölçek kullanılmıştır.

3. Bulgular

Proje seçimi için aşağıda açıklamalarıyla birlikte yer alan kriterler belirlenmiştir. Kent konseylerinin proje planlamadaki önceliklerinin sıralanması amacıyla uzmanlardan bu kriterler ışığında karşılaştırma yapmaları istenmiştir.

Proje Maliyeti (K1): Projenin gerçekleşmesi için gereken bütçe miktarı.

Projenin yerel ve ulusal plan ve stratejiler ile uyumu (K2): Projenin mikro ve makro ölçekli yapılan diğer çalışmalarla uyumlu olması.

Proje ile ilgili vatandaş talepleri (K3): Kentte yaşayanların istek ve ihtiyaçları.

Proje ile ilgili siyasi beklentiler (K4): Projenin siyasi görüş ve öncelikler ile uyumu.

Projenin sosyal etkisi (K5): Projenin toplumda yaratacağı etki.

Projenin çevreye etkisi (K6): Projenin doğada ve kentin çevre dokusunda meydana getireceği değişim ve dönüşümler.

Proje seçimi kararında yer alan unsurlara ait sıralamayı belirlemek amacıyla karşılaştırma yapılması için uzmanlarla görüşülmüştür. Saaty ölçeğine uygun olarak yapılan değerlendirmeler ayrı ayrı matris haline getirilerek kriterlerin proje oluşturmada nasıl bir öneme sahip olduğunun tespit edilmesi amacıyla iradi örnekleme metodu ile seçilen 6 uzmana ait veriler matematiksel olarak kombine edilmiştir. İkili karşılaştırma matrislerinin elemanlarının her bir kritere göre geometrik ortalaması alınarak grup matrisi oluşturulmuş, her bir sütuna ait elemanlar sütun toplamına bölünerek normalize edilmiş (ağırlıklandırılmış) matris oluşturulmuştur.

Tablo 3. Normalize edilmiş matris

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
K1	0,188655	0,214572	0,110094	0,206745	0,187243	0,20167
K2	0,132319	0,150496	0,154756	0,145689	0,145835	0,104219
K3	0,305408	0,173323	0,178228	0,153371	0,162368	0,090494
K4	0,168073	0,190266	0,214041	0,184189	0,263758	0,406632
K5	0,088461	0,090606	0,096375	0,158148	0,087799	0,071825
K6	0,117084	0,180737	0,246505	0,151858	0,152997	0,125161

Normalize edilmiş matrise ait satır elemanlarının ortalaması alınarak öncelikler vektörü oluşturulmuştur.

Tablo 4. Öncelikler vektörü

	Ortalama
K1	0,18483
K2	0,138886
K3	0,177199
K4	0,237826
K5	0,098869
K6	0,16239

Öncelikler vektörü ile başlangıçtaki karşılaştırma matrisi çarpılarak “tüm öncelikler matrisi” hesaplanmıştır.

Tablo 5. Tüm öncelikler matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	Toplam
K1	0,18483	0,198018	0,109458	0,266951	0,210852	0,261657	1,231766
K2	0,129636	0,138886	0,153862	0,188115	0,164222	0,13522	0,90994
K3	0,299216	0,159951	0,177199	0,198034	0,18284	0,117411	1,134651
K4	0,164665	0,175587	0,212804	0,237826	0,297013	0,527587	1,615483
K5	0,086667	0,083616	0,095819	0,204203	0,098869	0,093189	0,662363
K6	0,114709	0,166793	0,245081	0,19608	0,172287	0,16239	1,057342

Daha sonra elde edilen matris elemanları öncelikler vektörü elemanlarına bölünmüştür. Tablo 6’da bulunan matris elde edilmiştir.

Tablo 6. D vektörü

	D
K1	6,664322
K2	6,551721
K3	6,403268
K4	6,792697
K5	6,699393
K6	6,511118

Elde edilen matrisin ortalaması alınarak $\lambda_{maks} = 6,60$ olarak bulunmuştur.

Tutarlılık (uyum) endeksi hesaplaması aşağıdaki Şekilde yapılmıştır:

$$CI = \frac{(\lambda_{maks} - n)}{(n - 1)} = \frac{(6,60 - 6)}{(6 - 1)} \cong 0,121$$

Tutarlılık oranı (CR) ise rastgele endeks değeri (RI) 1,24 olarak alınmıştır. Rastgele Endeks değeri Saaty tarafından her n matris büyüklüğü için rastsal matrisler yaratılarak bulunmuştur. Araştırmada karar alternatifi sayısı 6 olduğu için Tablo 2’de gösterilen ve 6’ya karşılık gelen bu değer alınarak aşağıdaki gibi bulunmuştur:

$$CR = \frac{0,121}{1,24} = 0,097$$

CR oranı 0,1’den kğk olduğu için sonuç uyum sınırları içerisinde denilebilir.

Tutarlılık oranı kabul edilmesi ile birlikte öncelik vektörüne ait değerleri yorumlamak mümkündür.

		Sıralama
Proje Maliyeti	0,18483	2
Projenin Yerel ve Ulusal Stratejiler ile Uyumu	0,138886	5
Vatandaş Talepleri	0,177199	3
Siyasi Beklentiler	0,237826	1
Projenin Sosyal Etkisi	0,098869	6
Projenin ęevreye Etkisi	0,16239	4

Bu değerlere göre ankete katılan kişiler tarafından proje seçiminde en önemli kriter ‘‘proje ile ilgili siyasi beklentiler’’dir (0,237). Bu kriterden sonra sırasıyla (0,184) ile ‘‘proje maliyeti’’, (0,177) ile ‘‘vatandaş talepleri’’, (0,162) ile ‘‘projenin ęevreye etkisi’’, (0,138) ile ‘‘projenin yerel ve ulusal stratejiler ile uyumu’’ gelmektedir. Proje seçiminde son kriter ise (0,098) ile ‘‘projenin sosyal etkisi’’dir.

Tartışma

Yönetişim, birey ile devlet arasında yeni bir ilişkiyi ifade eden bir kavramdır. Tüm aktörlerin ortak bir akıl ile ęalıŐtıkları, her birinin yapabilir kılındığı, paydaşlar arasında sorumluluk dengesi kurarken Devlete de bir organizasyon yükümlülüğü getiren Kent Konseyleri, yönetişim kavramının yerel bazda hayata geğirildiği sistemler olarak ortaya ęıkmaktadır. Burada önemli olan, sistemi oluşturan her bir paydaŐın (kamu-sivil toplum-özel sektör) güçlü olmasıdır. Toplumsal denge bu sayede sağlanır ve Kent Konseylerinin Şeffaflık, hesap verebilirlik, demokratik katılım gibi hayata geçirmeyi hedeflediği ilkeler yaşama bu sayede başarıyla geçebilir.

Bu ęalıŐmada farklı siyasi ittifakların yerel yönetimde söz sahibi olduğu Şehirlerdeki Kent Konseylerinin yürütme kurullarında aktif görev alan başkan, genel sekreter, proje yöneticisi gibi kiŐilerden görüş istenmiştir. İstanbul, Yalova, Denizli, Bursa Kent konseylerinde hayata geçirilen projeler için hangi kriterlerin önemli olduğu AHS lęeęi ile sorulmuştur. Proje maliyeti, projenin yerel ve ulusal plan ve stratejiler ile uyumu, proje ile ilgili vatandaş talepleri,

siyasi beklentiler, projenin sosyal ve çevresel etkileri kriterleri 9 önem düzeyi ile ilgili kişilerce derecelendirilmiştir. Katılımcılara ait cevaplar geometrik ortalama ile düzenlenmiş, sonrasında AHS adımları ile öncelikler vektörü hesaplanmıştır. Tutarlılık oranının makul olması neticesinde vektör değerleri yorumlanabilmiştir. Çalışmada kriterlere ait ağırlıklar hesaplanmış olup herhangi bir karar seçeneğine göre kriterler değerlendirilmemiştir. Burada projeler belirli bir kritere göre değerlendirilmemekte, sadece AHS yöntemi ile kriterler değerlendirilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Etkin bir yönetim mekanizması olarak tasarlanan Kent Konseylerine ilişkin yapılan bu çalışma projeleri belirli kriterlere göre öncelik sıralaması yapması açısından özgün bir çalışmadır. Ortaya çıkan sonuç esasen Kent Konseylerinin vatandaş odaklı olması beklentisinden farklıdır. Bu çalışmada projeler hayata geçirilirken “vatandaş talepleri” ancak üçüncü sırada yer bulabilmiştir. Projeden “siyasi beklentiler” ise ilk sıradadır. Bu da Kent Konseyleri gibi tarafsız olması gereken bir yapılanmadan beklenmeyen bir durumdur. Projenin “sosyal etkisi” son sırada yer almaktadır. Projenin “çevresel etkisi” “sosyal etki”den ve “yerel-ulusal stratejiler ile uyum”dan daha önemli görülmektedir. Halbuki, kâr amacı gütmeyen, kente hizmet amacı ile hayata geçmiş bir organizasyonda etik iklim çalışanların ve fon sağlayıcıların bağlılığını artırır, vatandaş memnuniyetini yükseltir ve bunun sonucunda projelerin bütçe performansında iyileşmeler yaşanır. Tüm bu süreç örgüt performansında bir artışa sebep olur.

Bu araştırma sonuçları çerçevesinde mevcut Kent Konseyi yapılanmalarının kurulma ideallerinden farklı, vatandaştan ziyade siyasi beklentilere öncelik veren bir görüntü sergilediği söylenebilir. Farklı ittifaka mensup bu kent yönetimleri tek tek değerlendirildiğinde de sonuç grup kararını doğrular nitelikte çıkmıştır. Bu çalışma, yöneticilerin rasyonel kararlarını sıralamaktadır. Ortaya çıkan sıralama Kent Konseylerinin ilkelerinden biri olan “tarafsız olma” ile çelişmektedir. Ancak, alınan kararların etik boyutunu sorgulamak bu çalışmanın konusu değildir. Ortaya çıkan bu tablo ülkede aktif yurttaşlık ve katılım bilincinin yetersiz olması ile açıklanabilir. Bu bağlamda örgütlü toplum yapısının güçlendirilmesi, katılımın etkinleştirilmesi ve ülke genelinde farkındalığın artması konularında çalışılabilir. Elbette bu çalışma daha geniş bir coğrafyada daha fazla katılımcı ile tekrar yapılabilir. Dolayısıyla bu genel yapıyı sorgulatan durum daha açık bir şekilde ortaya çıkmış olacaktır.

Kaynakça

- Armutlulu, İ.H. (2004). *İşletme İstatistiğine Giriş*. İstanbul: Alfa.
- Arslan, Ş. (2020). Bir Yerel Yönetişim Aracı Olarak Adana Kent Konseyi. *Türk Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 1 (1), 25-55. doi: 10.51243/SAKA-TJMER.2020.3
- Ayçin, E. (2019). *Çok Kriterli Karar Verme Bilgisayar Uygulamalı Çözümler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bayrakçı, E., Kahraman, S. Ve Dinçer,S. (2018). Demokratik Yerel Yönetim Anlayışının Güçlendirilmesinde Kent Konseylerinin Rolü: Karşılaştırmalı Analiz ve Öneriler. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*. 5(25), 2230-2252.
- Bektaş, Ş. (2019). Katılımcı Kent Konseyi Modeli. *Ege Sosyal Bilimler Dergisi*. 2 (2), 76-91.
- Can, H. (1991). *Organizasyon ve Yönetim*. Ankara: Adım Yayıncılık.
- Can,Y. Ve Akman, E. Türkiye’de Kent Konseylerinn Covid-19 Sürecindeki Etkinliği: Akdeniz Bölgesinde Büyükşehirlerde Faarliyet Gösteren Dört Kent Konseyi Üzerinden Nitel Bir Analiz. *Kaytek Dergisi*. 3(1), 102-121.
- Çelikten,M., Gılıç,F., Çelikten, Y., ve Yıldırım,A. (2019). Örgüt Yönetiminde Karar Verme Süreci: Bitmeyen Bir Tartışma. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*.15(2), 581-592. doi: 10.17860/mersinefd.596817

- Çiğdem, E. (2020). Yerel Yönetişim Uygulaması Olarak Kent Konseylerinin Malatya Kent Konseyi Üzerinden Değerlendirilmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 7 (8), 202-225.
- Çukurçayır, M. A., Eroğlu H. T., Aydınli, H. İ. ve Çolakoğlu, E. (2011). *Yerel Demokrasinin Güçlendirilmesinde Kent Konseyleri Bir Fırsat Olabilir mi?*. Kent Konseyleri Sempozyumu, Bursa.
- Daft, R. (2003). *Management*. South-Western (6. Baskı): Thomson Yay.
- Demirci, M. (2010). Katılımcı Demokrasi Açısından Kent Konseyleri: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Çağdaş Yerel Yönetimler*. 19 (1), 21-46.
- Drucker, P.F. (1967). *The Effective Decision*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/1967/01/the-effective-decision> (Erişim tarihi: 02.02.2022).
- İmrek, M.K. (2003). *Karar Verme Teknikleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karasu, M., A., Çelik, M., L. ve Altıparmak, C. (2020). 101 soruda kent konseyi. (2. Basım). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Keskin, E. B., Erbey Kuşku, N. H., Cindoruk, Y. O. ve Tatlı, Y. (2011). Kent Konseylerinin Yerel Demokratik Yönetişim Mekanizması İşlevinin Değerlendirilmesi. *Kent Konseyleri Sempozyumu*, Bursa.
- Kıral, E. (2015). Yönetimde Karar ve Etik Karar Verme Sorunsalı. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*. 6(2), 73-89.
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta.
- Kurt, Ü. (2003). *Karar Verme Sürecinde Yöneticilerin Kişilik Yapılarının Etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Küçükşen, M. ve Yaman, M. (2018). Yerel Demokrasinin Gelişimi Sürecinde Kent Konseylerinin Rolü Ve İşlevselliği: Bursa Ve Yalova Kent Konseyi Örneği. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 64-85.
- Küçükyılmaz, Y.O. (2022). Kent Konseyleri Bağlamında Kentlerde Yerellik Algısı. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Stratejik Araştırma Merkezi Protokol Dergisi*. 3(1), 18-27.
- Lee, M-C. (2010). The Analytic Hierarchy and the Network Process in Multicriteria Decision Making: Performance Evaluation and Selection Key Performance Indicators Based on ANP Model. Crisan, M. (Ed.). *Convergence and Hybrid Information Technologies* içinde (ss. 125-148). Rijeka, Croatia: InTech Yay.
- Oruç, İ. (2004). *İş Etiğinin Kurumsallaştırılması ve Karşılaştırmalı Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Önder, G. ve Önder, E. (2014). Analitik Hiyerarşi Süreci. Yıldırım, B. F. ve Önder, E. (Ed.). *Operasyonel, Yönetimsel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri* içinde (21-73). Bursa: Dora Yayıncılık.
- Öz, M. (2020). Kent Konseylerinin Yerel Siyasetteki Rolü: Atakum Kent Konseyi Örneği. *Akademik Düşünce Dergisi*, (1), 34-45.
- Özbek, A. (2019). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel ile Problem Çözümü Kavram-Teori-Uygulama*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özgür, H. (2004). *Kamu Örgütlerinde Stratejik Yönetim. Çağdaş Kamu Yönetimi II*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Özlu, R.M. (2020). Kent Konseyi Kararlarının Değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 55, 117-140. doi: 10.18070/erciyesiibd.560052
- Palabıyık, H. (2003). Yönetimden Yönetişime: Yönetişim, Kentsel Yönetişim ve Uygulamaları İle Yönetişimde Ölçülebilirlik Üzerine Açıklamalar. Akif Çukurçayır ve Ayşe Tekel (Ed), *Yerel ve Kentsel Politikalar* içinde (ss. 225-277). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Pohekar, S.D. ve Ramachandran, M. (2004). Application of Multi-Criteria Decision Making To Sustainable Energy Planning-A Review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 8, 365-381.
- Resmî Gazete (3.7.2005). Belediye Kanunu. Kanun No:5393
<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/07/20050713-6.htm>
- Saaty, T. L. (1999). Basic Theory Of The Analytic Hierarchy Process: How To Make A Decision. *Rev. R. Acad. Cienc. Exact. Fis. Nat. (Esp)*, 93(9), 395-423.
- Saaty, T. L. (2013). *Fundamentals of Decision Making and Priority Theory with The Analytic Hierarchy Process*. RWS Yay.
- Saaty, T.L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. U.S.A.: McGraw-Hill Comp Yay.
- Saaty, T.L. (1994). *Fundamentals of Decision Making and Priority Theory with the Analytic Hierarchy Process*. Pittsburgh: RWS Yay.
- Saaty, T.L.(2008). Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. *International Journal of Services Sciences*,1(1), 122-196.
- Sarıbay, A.Y. (2000). *Global Bir Bakışla Politik Sosyoloji*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Sobacı, M.Z. (2007). Yönetişim Kavramı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirmeler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*. 5(1), 219-235.
- Şahyar Akdemir, D. (2019). Anadolu Üniversitesi Öğrencilerinin Kent Konseyi Algısı. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(3), 41-49. doi: 10.18506/anemon.428752
- Taş, İ. E. Ve Çiçek, Y. (2019). Kent Konseyi Üyelerinin Temsil Ve Katılım Açısından Kent Konseyi Algısı: Gap Bölgesi Örneği. *Journal of Academic Value Studies, Journal of Academic Value Studies*. 3(16), 368-390.
- Tekeli, İ. (2003). *Yönetişim Kavramı Yanı Sıra Yönetişim Kavramının Gelişmesinin Nedenleri Üzerine Türkiye’de Kamu Yönetimi*. (Ed: Burhan Aykaç vd.). Ankara:Yargı Yayıncılık.
- Toksöz, F. (2008). *İyi Yönetişim El Kitabı*. (Ed. Fikret Toksöz) İstanbul: TESEV Yayıncılık.
- Triantaphyllou, E. (2000). Multi-Criteria Decision Making Methods. *Multi-Criteria Decision Making Methods: A Comparative Study* içinde (ss. 5-21). Boston: Springer Yay. doi:10.1007/978-1-4757-3157-6_2
- Turan, G. (2014). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri. Yıldırım, B. F. ve Önder, E. (Ed.). *Operasyonel, Yönetimsel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri* içinde (ss. 15-20). Bursa: Dora Yayıncılık.
- Uzun,A. Ve Ersavaş Kavanoz; S. (2018). Katılım ve Etkinlik Boyutları Açısından Kent Konseylerinin Değerlendirilmesi: Trabzon Büyükşehir Kent Konseyi Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. 9(23), 251-271.
- Vaidya, O.S., Kumar,S. (2006). Analytic Hierarchy Process: An Overview of Applications. *European Journal of Operational Research*, 169(1), 1-29.
- Yoon, K.P. ve Hwang,C.L. (1995). *Multiple Attribute Decision Making: an Introduction*. (104). California: Sage Yay.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: T.C. Yalova Üniversitesi Etik Kurullar Koordinatrlğu Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu

Tarih: 09/01/2024

No: 2023/207



An Empirical Research on the Antecedents of Psychological Ownership: Wise Leadership and the Crab Syndrome

Psikolojik Sahiplenmenin Öncülleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma: Bilge Liderlik ve Yengeç Sendromu

Doç. Dr. Burcu ÜZÜM¹, Dr. Öğr. Üyesi Osman Seray ÖZKAN²

Abstract

The purpose of this research is to examine the effects of wise leadership and the crab syndrome, which are new concepts in the literature, on psychological ownership within the scope of the conservation of resources theory. For this purpose, a quantitative method was followed in the study. The study is significant since it was conducted to reveal the antecedents of psychological ownership at the level of individuals and leaders. The sample of the research is the participants working in the banking sector. The questionnaire method was used as the data collection technique, and the items of the dependent variables took place before the independent variables in the questionnaire form to minimize the common method variance error. The analysis of the data was carried out in two stages such as preliminary data analysis and hypothesis testing. While descriptive statistics were included in the preliminary data analysis, research hypotheses were tested using the two-step process of the Structural Equation Model (SEM) in hypothesis testing. In the obtained findings, it was observed that wise leadership predicted psychological ownership positively, and crab syndrome negatively. Within the scope of the conservation of resources theory, the results were discussed, and the recommendations and limitations of the research were stated.

Keywords: Conservation of resources theory, psychological ownership, wise leadership, crab syndrome

Paper Type: Research

Öz

Bu araştırmanın amacı, alan yazında yeni kavramlar olan bilge liderlik ile yengeç sendromunun psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisini kaynakları koruma teorisine dayandırarak incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada nicel bir yöntem izlenmiştir. Çalışma, psikolojik sahiplenmenin birey ve lider düzeyindeki öncüllerini ortaya koymak açısından önem taşımaktadır. Araştırmanın örneklemini, bankacılık sektöründe çalışan katılımcılardır. Veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmış ve ortak metod varyans hatasını minimize etmek için anket formunda bağımlı değişkenlerin maddeleri, bağımsız değişkenlerden önce yer almıştır. Verilerin analizi, ön veri analizi ve hipotez testi olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Ön veri analizinde, tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiş, hipotez testinde ise Yapısal Eşitlik Modeli (SEM)'nin iki adımlı süreci kullanılarak araştırma hipotezleri test edilmiştir. Elde edilen bulgularda, bilge liderliğin psikolojik sahiplenmeyi pozitif, yengeç sendromunun ise negatif yordadığı gözlenmiştir. Kaynakları koruma teorisi kapsamında sonuçlar tartışılmış ve araştırmanın önerileri ile kısıtları belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kaynakları koruma teorisi, psikolojik sahiplenme, bilge liderlik, yengeç sendromu

Makale Türü: Araştırma

Introduction

¹Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli MYO, burcugokay@gmail.com

²Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Manyas MYO, osmanserayozkan@gmail.com

Atf için (to cite): Üzümlü, B. ve Özkan, O. S. (2024). An empirical research on the antecedents of psychological ownership: Wise leadership and the crab syndrome. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 127-139.

The use of all resources owned by an individual or organization can be explained by the conservation of resources theory. This theory refers to the efforts to protect and increase existing resources to reach the goal (Hobfoll et al., 2018: 104). On the other hand, losing or the possibility of losing resources leads to stress. Stress can cause aggressive behaviors with the impulse of self-defense, as well as it can push the individual to display irrational attitudes and behaviors focused on self-preservation (Rothbard, 2001: 660). Motivation, leadership, and environment are key agents in the expenditure of resources in the organization (Bedawy, 2015: 160). At this point, it is necessary to protect resources, in other words, to create suitable conditions that will affect the motivation and experience of employees (Owens et al., 2016). Conservation of resources theory instructs to solve the research question, in terms of revealing the relation among leadership, personality traits, and psychological ownership.

Psychological ownership (PO) is “a cognitive and emotional process that leads an individual to a goal” (Pierce et al., 2003). It is the total beliefs and thoughts that cause a sense of “belonging” as an inborn trait. Psychological ownership can occur for material or moral elements (Pierce et al., 2001). According to the conservation of resources theory, all resources associated with the goal are valuable. Psychological ownership can ensure the conservation and increase of resources (Mehmood et al., 2021). Besides the emotions felt in the face of gain and loss, the value given to the goal is also taken into account (Tajfel and Turner, 1986). In addition to making rational choices, decisions are also naturally made based on emotions. Psychological ownership manifests itself in attitudes and behaviors. In this case, more effort can be made to reach the resources. The stress caused by the loss of resources can also create a line of defense and lead to non-rational behavior.

The threat of losing resources can cause cognitive experience that triggers anxiety and stress (Chen, 2010). Crab syndrome (CS) is a phenomenon that directs the individual to develop defensive behavioral strategies against the possibility of not achieving goals such as success, status, and acceptance (Tagle, 2021). It describes actions that require the highest utilization of resources (Miller, 2019). CS is a negative work behavior that ignores organizational norms (Pegues, 2018), intimidates individuals working with high performance, and prevents organizational competition (Üzüm and Özdemir, 2020). Crab syndrome contains the motivation to achieve personal gains. It is argued that Crab syndrome creates a feeling of 'envy' (Caples, 2016), jealousy, and hatred (Lith, 2017). Efforts are made to overshadow the motivations and successes of people who are perceived as more successful than themselves (Pegues, 2018; Ozdemir and Uzum, 2019). In line with the statements, it can be said that crab syndrome also enables that individual has an emotional experience.

The production and sharing of knowledge add great value to the sustainability of today's organizations (Davenport and Prusak, 1998; Nonaka and Takeuchi, 2011: 58). Therefore, the use and sharing of knowledge are at the center of strategic management. Wisdom includes ethical behaviors, as well as increasing profitability through processes such as decision-making, participation, and guidance (Rooney et al., 2010). Wise leadership which takes the value added to enterprises one step ahead can be defined as “the ability to find the right answers on the road to the common interest, a virtuous habit that illuminates the path taken” (Hamaya and Oya, 2013). As understood from the definition, wise leadership takes care to realize the effort to create economic and social value together. It can be claimed that this effort of wise leadership works with a structure that supports the conservation and increase of resources.

According to Thomas (2017: 6), a wise leader has advanced emotional intelligence and technical skills, as well as the conceptual ability and systematic thinking capacity. These features encourage the leader to act for the benefit of everyone (Vanharanta et al., 2021: 324). Nonaka and Takeuchi (2011), constituting the theoretical structure of wise leadership, state that leaders who make ethical judgments, communicate effectively, share knowledge, make correct predictions, and teach by means of examples, are wise leaders. Therefore, wise leaders play a significant role in the process of disseminating, using, and reconstituting knowledge.

1. Literature Review and Hypotheses

Wise leadership can be viewed by the theory of knowledge creation and transfer (Martín-de-Castro and Montoro-Sánchez, 2013: 126; Nonaka et al., 2006). The wise leader shares the knowledge. Thanks to this qualification, not only senior managers but also mid-level managers can be wise leaders (Vera and Crossan, 2004; Chen and Huang, 2009: 112). And thus, wise leadership differs from strategic leadership.

While the leader encourages the creation of knowledge (Chen and Huang, 2009: 111), she/he also motivates and guides her/his subordinates at the same time (Ding et al., 2019: 310). The fact that the leader shares knowledge is interpreted as virtuous behavior, and it pleases the employees. A wise leader pursues favor (MacIntyre, 1999) and attempts to increase resources. Therefore, it is thought that it will increase the sense of ownership.

There are also research studies focusing on wise leadership's close ties to creativity (Nanoka et al., 2006), knowledge management, and innovation development (Ding et al., 2019), besides research studies trying to put wise leadership in a theoretical perspective (Nonaka and Takeuchi, 2011). It should be noted that there are not many studies examining wise leadership in the national literature, and there is a compilation study by Taş and Alparslan (2020).

It is significant for individuals or organizations to preserve resources as much as to increase them. The loss of resources can cause negative affect, as well as a motivation that cannot be tolerated to lose. This motivation creates behaviors that prevent resource losses. Moreover, the loss of resources will cause a decrease in the quality of life (Halbesleben et al., 2014). The effort to get rid of this negative effect can also negatively affect the other side. The effect of resource loss on business behavior is also the subject of investigation. Wheeler et al. (2013) investigated the attitude of individuals toward work, work performance, and negative behaviors toward other employees. Resource refers to "what is valued by the individual, accessing what is valued is resource gain, losing what is valuable is resource loss" (Hobfoll, 2001; Hobfoll et al., 2018). When the resource loss at the same rate was compared with the resource gain, it was seen that the loss of resources could have a greater impact than the return of resource gain (Halbesleben and Buckley, 2004). As a consequence of the research studies, it was determined that the psychological consequences of resource loss are depression and stress (Kessler et al., 1988; Melamed et al., 2006). Stress can cause individuals to start defending themselves. When an individual loses or faces the risk of losing her/his resources such as salary, position, promotion, or bonus, she/he may act with a more defensive motive, looking for any opportunity that may come her/his way (Hobfoll, 2001). At this point, behaviors towards sharing or obtaining resources indicate the crab syndrome.

All of the behaviors, focusing on promotion by violating organizational norms and rules and reducing the quality of the working environment, are realized by the effect of crab syndrome (Pegues, 2018). Crab syndrome focuses on the protection of resources, however, it also causes organizational outputs that can be qualified as negative by centering the competition between individuals (Miller, 2019). Crab syndrome contains a motivation that does not want personal resources to be protected but shared. Psychological ownership aims to protect both personal and organizational resources.

The relationship between locus of control, leadership styles, deviant workplace behaviors, and psychological ownership aiming at preserving the resources was also examined (Igbaakaa, 2019). Job satisfaction, intention to stay in business, deviance, organizational citizenship behavior, and leadership, which are related to the concept, were investigated by Avey et al. (2009). Butt and Atif (2015) state that justice is the antecedent of PO. Mehmood et al. (2021) particularly mentioned the mediating role of ownership in the relationship between distributive justice and embeddedness.

Although the existence of various studies on the antecedents and consequences of PO in the national literature attracts attention, there are a limited number of studies examining leadership as the antecedent of PO. For instance, ethical leadership (Özcan and Özdemir, 2022), servant leadership (Aslan, 2020), paternalistic leadership (Bekmezci and Yıldız, 2019), and participative leadership (Bülbül, 2019) have positive impacts on PO. It is assumed that wise leadership would affirm PO, based on the support of the conservation of resources theory and the positive impact of positive leadership characteristics on PO. On the other hand, there is only a limited number of studies examining personality-based PO. Köksal (2019) stated that a proactive personality positively affected PO.

Chi and Han (2008) found that profit sharing and participation in decision-making were positively correlated to psychological ownership, and justice had a full mediator role in this relationship. When it is considered that knowledge sharing increases psychological ownership, it can be assumed that wise leadership will also positively affect psychological ownership.

A resource is a factor that has value for individuals. Efforts to achieve what is valued may be associated with the conservation of resources theory. The research model was developed in line with behavioral strategies that ensure the protection of resources. In this research study, the impacts of PL, which has not been studied much in the national literature, and CS (Üzüm and Özdemir, 2022; Özkan et al., 2022; Üzüm et al., 2022a; Üzüm et al., 2022b), which has rare examples in the international literature and has just begun to be researched in the national literature, on PO are investigated. At this point, it is aimed to fill the deficiency in the literature, and thus, it is possible to determine the degree and direction of the relations as antecedent-consequent. The hypotheses formed for the purpose of the research are shown below:

H₁: Wise leadership is positively related to psychological ownership.

H₂: Crab syndrome is negatively related to psychological ownership.

2. Method

In the research, a quantitative approach was followed in order to determine the effects and the relations between wise leadership, the crab syndrome, and psychological ownership. The Ethics committee decision dated 11.02.2022 and numbered 2022/02 was taken from Bandırma Onyedi Eylül University in order to carry out the research.

2.1. Research Population and Sample

The universe of the research consists of 248 (N) employees working in the banking sector of Çanakkale province, and the sample comprises the participants selected by convenience sampling method in these banks.

The data collection tools used in the research consist of four parts. According to Podsakoff et al. (2003), the items of the dependent variables should be included before the independent variables in order to minimize the common method variance in the research. In line with this suggestion, there is the psychological ownership scale in the first part of the questionnaire, there are the wise leadership and the crab syndrome scale in the second part, and the last part, there is the information form, in which demographic information is asked. Study data were collected online between February 14 and March 18, 2022, after interviewing bank managers and obtaining permission for research.

As a consequence of the preliminary evaluation, it was observed that 185 data were suitable for analysis. It is seen that the sample size (n=185) is sufficient when taking into consideration the condition of ten times the number of items (Hair et al., 2010). The participants consist of the employees of whom 62% were female, 38% were male, 71% were married, 29% were single, 30% had an associate degree, 58% had an undergraduate degree, and 12% had a postgraduate degree.

2.2. Measurement Tools

All of the scales used in the research were graded by considering a five-point Likert.

Psychological Ownership: The six-item scale of Brown et al. (2014) was used to measure the perception of psychological ownership. The scale was adapted to Turkish for this study. While the translation was being done, international methods were taken as reference, and the translation-back translation method was used by the authors of the study, Turkish and English language experts, and field experts (Brislin, 1980).

Wise Leadership: The six-statement wise leadership scale developed by Ding et al. (2019) was used in the research. The scale was adapted into Turkish by Üzüm et al. (2022b).

Crab Syndrome: The crab syndrome scale, developed by Üzüm and Özdemir (2020) and consisting of five items, was used.

3. Findings

Data analysis in this study was carried out in two stages, and these are preliminary data analysis and hypothesis testing. In the preliminary data analysis, there are descriptive statistics, normality, correlation, and reliability values. The two-step process of the Structural Equation Model (SEM) was used in hypothesis testing (Anderson and Gerbing, 1988). In the first step, the measurement model was calculated. The measurement model estimates the acceptability of the scales by determining how each of the underlying indicators and errors fits the model. In the second step, the structural model was calculated. The structural model evaluates the overall relation between structures by summarizing the details of how each structure fits into the model (Byrne, 2010).

Table 1. Descriptive statistics, normality, and correlation values

Variable	Mean	S. D.	Skewness	Kurtosis	1	2	3
1. Wise Leadership	3.49	1.10	-.689	-.558	(.97)		
2. Crab Syndrome	2.37	1.01	.437	-.679	-.69**	(.95)	
3. Psychological Ownership	3.40	1.09	-.730	-.378	.77**	-.75**	(.98)

Note: n=185; **p<.01; Cronbach's alpha values are shown in parenthesis.

The average of the scales used in the study is between 2.37-3.49, as seen in Table 1. According to the skewness and kurtosis values, the distribution of the dataset is normal (Kline, 2015). When considering the correlation values, it was detected that wise leadership, psychological ownership and crab syndrome ($r=-.69$, $p<.01$; $r=-.75$, $p<.01$, respectively) were in a negative and significant relation while wise leadership and psychological ownership ($r=.77$, $p<.01$) were in a positive and significant relationship. According to this result, significant correlations between studied variables can be considered primary evidence to support the research hypotheses. The fact that Cronbach's Alpha (α) coefficients are between .95 and .98 indicates that the scales have sufficient reliability (DeVellis, 2003).

3.1. Measurement Model

Primary-level confirmatory factor analysis (CFA) was used in the research since the structures in the measurement model were unidimensional.

As a result of CFA, it was observed that some fit indices were within acceptable limits (SRMR=.02; TLI=.91; CFI=.93; NFI=.91) while some fit indices were not within acceptable limits ($\chi^2/df=4.39$; RMSEA=.13). Therefore, correction indices were examined and it was decided to form covariance between the error terms of the scales in order to increase the cohesion in the factor structure. Moreover, the 3rd item of the wise leadership scale was removed from the model. It was seen that the measurement model was in accord with the data after the corrections ($\chi^2/df=2.78$; RMSEA=.09; SRMR=.03; TLI=.95; CFI=.96; NFI=.95) (MacCallum et al., 1996; Schermelleh-Engel et al., 2003).

Convergent and divergent validity were also calculated in the research, as well as structural validity. The CR (Composite Reliability) values of the scales vary between .95 and .98. The fact that AVE (Average Variance Extracted) values are greater than .50, and CR values are higher than AVE are shown in Table 2. These results reveal that convergent validity of the scales has been achieved (CR>.70; AVE>.50; CR>AVE). The fact that the AVE values of the scales are higher than the MSV (Maximum Shared Squared Variance) and ASV (Average Shared Squared Variance) values (AVE>MSV; AVE>ASV) means that the scales have discriminant validity (Bagozzi and Yi, 1988; Malhotra and Dash, 2011).

Table 2. Results of the measurement

Variable	Item	Factor Load	CR	AVE	MSV	ASV
Wise Leadership	PL1	.95	.96	.85	.61	.55
	PL2	.95***				
	PL4	.90***				
	PL5	.90***				
	PL6	.87***				
	PL6	.87***				
Crab Syndrome	CS1	.88	.95	.81	.57	.53
	CS2	.95***				
	CS3	.96***				
	CS4	.95***				
	CS5	.71***				
Psychological Ownership	PO1	.89	.98	.92	.61	.58
	PO2	.94***				
	PO3	.95***				
	PO4	.98***				
	PO5	.98***				
	PO6	.96***				

Note: CR=Composite Reliability; AVE=Average Variance Extracted; MSV=Maximum Squared Variance; ASV=Average Shared Square Variance.

3.2. Structural Model

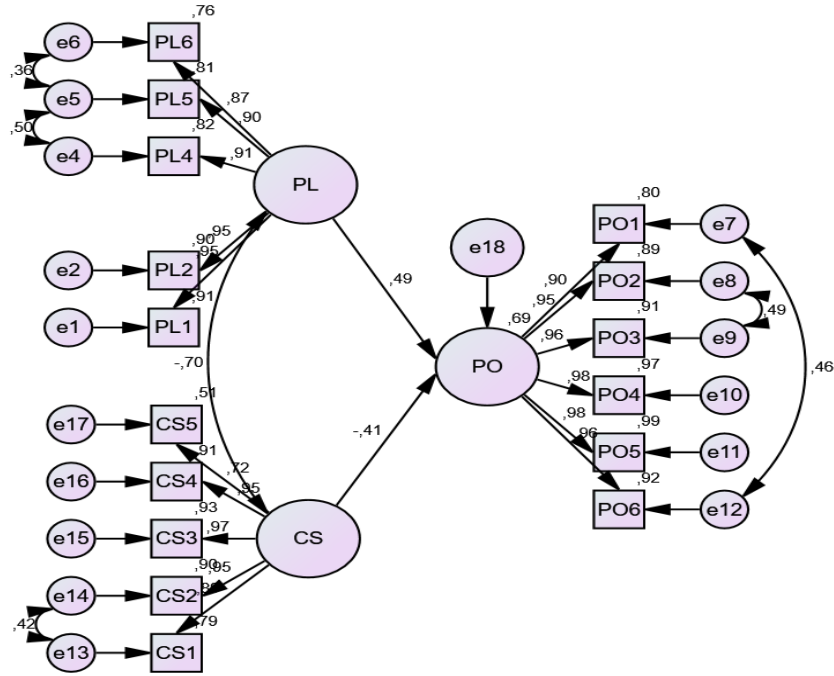
Research hypotheses were tested via SEM, and model fit indices were determined to be at an acceptable level ($\chi^2/df=2.78$; RMSEA=.09; SRMR=.03; TLI=.95; CFI=.96; NFI=.95). According to the results, it was determined that the path coefficients from wise leadership and the crab syndrome to psychological ownership had significant impacts ($\beta=.49$, $t=7.454$, $p<.001$; $\beta=-.40$, $t=-6.189$, $p<.001$ respectively). This finding confirms hypotheses 1 and 2 of the research.

Table 3. Results of the research

Hypotheses	β	Standard Error	t-value	p-value	R ²	Result
PL → PO	.49	0.06	7.45	.001***	.68	Acpt.
CS → PO	-.40	0.06	-6.18	.001***		Acpt.

Note: *** p<.001; PL= Wise Leadership; CS=Crab Syndrome; PO=Psychological Ownership; Coefficients are standardized (β).

Figure 1. Model and path coefficients



Discussion

It should be expressed that the focus of competition in today's organizations and working conditions is the resources available. In the light of the conservation of resources theory, this research aims to examine the wise leadership that will ensure individual development and organizational competition, and psychological ownership as a result of the crab syndrome, which prioritizes individual competition.

In this research, the conceptual structure of the variables, in which wise leadership and the crab syndrome are the antecedents and psychological ownership is the result, were theorized, and analyzed by the model. It was observed that the conservation of resources theory could explain psychological ownership (Mehmood et al., 2021), crab syndrome (Üzüm and Özkan, 2022), and the relationship between leadership behaviors (Özkan et al., 2023), and employee attitudes and behaviors. The results show that the psychological ownership model containing two antecedents has an acceptable degree of goodness-of-fit (MacCallum et al., 1996; Schermelleh-Engel et al., 2003). The designed structure has also been proven to be valid and reliable.

It is seen that the personality traits for the protection of resources have a positive relation with negative work behaviors (Penny et al., 2011). At this point, it has been determined that the personality of the crab syndrome has a negative impact on psychological ownership, which can be expressed as positive work behavior. Behavior is an unstable function that is

influenced by the environment and personality (Ghorpade et al., 2007). Even though crab syndrome focuses on the protection of resources, it also causes organizational outputs that can be described as negative by centering the competition between individuals (Miller, 2019). In this study, although it is seen that crab syndrome mitigates the positive attitudes and behaviors of employees (Özkan et al., 2022), the result of the study supports the views of Miller (2019) and complies with the findings of Özkan et al. (2022). The fact that crab syndrome reduces psychological ownership supports H₂.

Chi and Han (2008) found that profit sharing and participation in decision-making were positively correlated to psychological ownership, and justice had a full mediator role in this relationship. Furthermore, the result of the research shows that wise leadership increases psychological ownership (H₁). The relation of psychological ownership with a locus of control, leadership styles, and deviant workplace behaviors was also examined, and it was determined that leadership styles were not related to psychological ownership (Igbaakaa, 2019). Although the result of this research study on the relationship between leadership and PO does not comply with the findings of Igbaakaa (2019), it supports the results of studies that asserted that positive leadership behaviors were the antecedents of PO which positively affected PO (Aslan, 2020; Bekmezci and Yıldız, 2019; Bülbül, 2019; Özcan and Özdemir, 2022).

Conclusion and Suggestions

In the research, it was confirmed once again that leadership behaviors for the conservation of resources are positive reinforcers (Ding et al., 2019: 310; MacIntyre, 1999). The research findings offer valuable implications for management and human resources. It can be said that wise leadership affirms ownership and it creates an opportunity for increasing resources on behalf of the employee and the organization.

When employees feel precious, thanks to leaders' sharing information with them, they develop attitudes and behaviors that contribute positively to the realization of organizational goals (Nazir et al., 2019). The leader's positively perceived behaviors (Jung and Yoo, 2018) strengthen psychological ownership. Psychological ownership will ensure that employees give positive outcomes like a reduction in job embeddedness, work engagement, and burnout (Su and Ng, 2019).

Stress occurred, due to sharing resources, and the threat of losing resources negatively affects psychological ownership (Ladan et al., 2017). At this point, it is possible to express that personality also alters the direction of organizational behavior outputs. Organizations can spread wise leadership behaviors to the entire organization in order to reduce the effect of crab syndrome, which is a personality trait.

It is thought that the set of values and beliefs created by the leader will encourage employees to positive behaviors. It is recommended that human resources management arrange practices and procedures to support employees in the competitive attitude of protecting resources, defense strategies, and coping with stress.

It is considered that the crab syndrome may be seen less frequently in collectivist cultures where fit is significant, while psychological ownership may get higher scores. The relations of related variables with culture may be examined.

Wise leadership was measured by employee perception in the research. It is recommended that future research be carried out, in the context of multisource. And thus, the concept of wise leadership from the eyes of the leaders is dealt with.

It is also recommended that the number of research studies on the concepts of wise leadership and crab syndrome, which have many aspects to be explored in the literature, be increased. The research deals with the variables related to Turkish cultural values. The behavior

of the leader towards her/his subordinates can be used as an important power in order to motivate the employee in Turkish culture where power distance is important.

It was been seen that wise leadership and crab syndrome behaviors with the desire to protect resources are the antecedents of psychological ownership. Other factors related to psychological ownership were not included in the research. Control, moderator, or mediator variables can be included in the modeling within the limitations of the research. This research contributes to the literature regarding the variables taken into consideration. The researches have to be continued to make much more generalizations in the findings.

References

- Anderson, J. C., and Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
- Aslan, H. (2020). Hizmetkar liderliğin iş tatmini üzerindeki etkisinde psikolojik sahiplenmenin aracı rolü. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 196-212.
- Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D. and Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *J. Organiz. Behav.* 30, 173-191.
- Bagozzi, R. P., and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bedawy, E. E. (2015). A review for embedding human dimension of sustainability to maintain energetic organizations in Egypt. *Journal of Management and Sustainability*, 5(1), 158-167.
- Bekmezci, M., and Yıldız, B. (2019). How paternalistic leadership affects psychological ownership? Mediator role of collective gratitude. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(35), 309-324.
- Brislin, A. R. W. (1980). *Translation and content analysis of oral and written material*. H.C. Triandis & J.W. Berry (Ed.) içinde *Handbook of Cross-Cultural Psychology*, 2, (s.389-444). Allyn & Bacon: Boston.
- Brown, G., Pierce, J. L., and Crossley, C. (2014). Toward an understanding of the development of ownership feelings. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 318-338.
- Butt, S. and Atif, M. (2015). Exploring the role of organizational justice as an antecedent of psychological ownership. *VFAST Transactions on Education and Social Sciences* 3(1), 2411-0221.
- Bülbül, A. (2019). *Katılımcı liderlik ile örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinde psikolojik sahiplenmenin rolüne ilişkin sağlık sektöründe bir araştırma*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Taylor & Francis Group, LLC, New York, NY.
- Caples, C. (2016). Does the “Crabs in bucket syndrome” still exist?. <https://medium.com/@CEOCaples/does-the-crabs-in-a-bucket-syndrome-still-exist-written-by-derrick-ceo-caples-4b823b2297ff> (Access Date: 10.11.2018).
- Chen, C. J., and Huang, J. W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance—The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 104-114.

- Chen, P. (2010). *Yin and yang theory of competition: social comparison and evaluation apprehension reciprocally drive competitive motivation*. (A thesis) Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Bachelor of Science with Honors in Psychology and Organizational Studies from the College of Literature, Science and the Arts at the University of Michigan, Michigan.
- Chi, N-W. and Han, T-S. (2008). Exploring the linkages between formal ownership and psychological ownership for the organization: The mediating role of organizational justice. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81, 691-711.
- Davenport, T. H., and Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Boston, MA: Harvard Business Press.
- DeVellis, R. F. (2003). *Scale development: Theory and applications* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ding, W., Choi, E., and Aoyama, A. (2019). Relational study of wise (phronetic) leadership, knowledge management capability, and innovation performance. *Asia Pacific Management Review*, 24, 310-317.
- Ghorpade, J., Lackritz, J. and Singh, G. (2007). Burnout and personality: Evidence from academia. *Journal of Career Assessment*, 15(2), 240-256.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., and Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Halbesleben, J. R. B., Neveu, J. P., Paustian-Underdahl, S. C., and Westman, M. (2014). Getting to the “COR”: Understanding the role of resources in conservation of resources theory. *Journal of Management*, 40(5), 1334-1364. DOI: 10.1177/0149206314527130
- Halbesleben, J. R. B., and Buckley, M. R. (2004). Burnout in organizational life. *Journal of Management*, 30, 859-879.
- Hamaya, S., and Oya, T. (2013). Phronetic leaders: Designing new business, organization and society. *Fujitsu Scientific & Technical Journal*, 49(4), 402-406.
- Hobfoll, S. E. (2001). The influence of culture, community, and the nested self in the stress process: Advancing conservation of resources theory. *Applied Psychology: An International Review*, 50: 337-370.
- Hobfoll, S. E., Halbesleben, J., Neveu, J. P., and Westman, M. (2018). Conservation of resources in the organizational context: The reality of resources and their consequences. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 103-128.
- Igbaakaa, J. A. (2019). *Influence of psychological ownership, locus of control and leadership styles on deviant behaviour among staff of benue state internal revenue service*. Doctor of Philosophy Thesis (Phd), Benue State University, Makurdi, In Industrial And Organisational Psychology.
- Jung, S., and Yoo, T. (2018). Relationship between role stress and employee silence behavior: The mediating effect of psychological ownership and moderating effect of perceived supervisor support. *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 31(2), 433-457.
- Kessler, R. C., Turner, J. B. and House, R. H. (1988). Effects of unemployment on health in a community survey: Main, mediating, and modifying effects. *Journal of Social Issues*, 44, 69-86.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.

- Köksal, H. (2019). *Proaktif kişiliğin yenilikçi davranışla olan ilişkisinde psikolojik sahiplenmenin aracılık rolü: Bir hava yolu şirketi örneği*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Ladan, S, Nordin, NB and Belal, HM (2017). Does knowledge based psychological ownership matter? Transformational leadership and knowledge hiding: A proposed framework. *Journal of Business and Retail Management Research*, 11 (4), 60-67.
- Lith, L. V. (2017). *Breaking the pattern: Women leading social movement organizations in the Netherlands*. (Master Thesis Sociology). Universiteit Van Amsterdam, Amsterdam.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., and Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
- MacIntyre, A. (1999). *Dependent rational animals: Why human beings need the virtues*. Chicago: Open Court.
- Malhotra, N., and Dash, S. (2011). *Marketing research an applied orientation*. Pearson Publishing: London.
- Martín-de-Castro, G., and Montoro-Sánchez, Á. (2013). Exploring knowledge creation and transfer in the firm: Context and leadership. *Universia Business Review*, 40, 126-137.
- Mehmood, S. A., Malik, M. A. R., Akhtar, M. S., Faraz, N. A. and Memon, M. A. (2021). Organizational justice, psychological ownership and organizational embeddedness: a conservation of resources perspective. *International Journal of Manpower*, 42(8), 1420-1439.
- Melamed, S., Shirom, A., Toker, S., Berliner, and S., Shapira, I. (2006). Burnout and risk of cardiovascular disease: Evidence, possible causal paths, and promising research directions. *Psychological Bulletin*, 132, 327-353.
- Miller, C. D. (2019). Exploring the crabs in the barrel syndrome in organizations. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 26(3), 352-371.
- Nazir, S., Shafi, A., Atif, M. M., Qun, W. and Abdullah, S. M. (2019). How organization justice and perceived organizational support facilitate employees' innovative behavior at work. *Employee Relations: The International Journal*, 41(6), 1288-1311.
- Nonaka, I., and Takeuchi, H. (2011). The big idea: The wise leader. *Harvard Business Review*, 89(5), 58-67.
- Nonaka, I., Krogh, G. V., and Voelpel, S. (2006). Organizational knowledge creation theory: Evolutionary paths and future. *Advances Organization Studies* 27(8), 1179-1208.
- Owens, B. P., Baker, W. E., Sumpter, D. M. and Cameron, K. S. (2016). Relational energy at work: Implications for job engagement and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 101(1), 35-49.
- Ozdemir, Y., and Uzum, B. (2019). Crab syndrome. E. Kaygin ve G. Kosa (Ed.), *Olumsuz Boyutlarıyla Örgütsel Davranış* (125-138). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Özcan, H. M. and Özdemir, B. (2022). Perceived ethical leadership's moderating role in psychological empowerment's effect on psychological ownership: A banking sector study. *Turkish Journal of Business Ethics*, 15(1), 150-183.
- Özkan, O. S., Üzüm, B. and Gülbahar, Y. (2022). Reflection of crab syndrome on innovative behaviors: Mediator role of perceived organizational support and an application in information technologies enterprises. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23(2), 329-343.

- Özkan, O. S., Üzüm, B., Çakan, S., Güzel, M., and Gülbahar, Y. (2023). Exploring the outcomes of servant leadership under the mediating role of relational energy and the moderating role of other-focused interest. *European Business Review*, (in press)
- Pegues, A. D. (2018). *An investigation into the social and individual conditions that promote instigated acts of workplace incivility between black professionals*. (Doctoral thesis) Executive Committee of the Graduate School of Arts and Sciences. Columbia: Columbia University.
- Penny, L. M., Hunter, E. M. and Perry, S. J. (2011). Personality and counterproductive work behaviour: Using conservation of resources theory to narrow the profile of deviant employees. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84, 58-77.
- Pierce, J. L., Kostova, T., and Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26, 298-310.
- Pierce, J. L., Kostova, T., and Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7, 84-107. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y. and Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88, 879-903.
- Rooney, D., McKenna, B., and Liesch, P. (2010). *Wisdom and management in the knowledge economy*. London, England: Routledge.
- Rothbard, N. (2001). Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative Science Quarterly*, 46(4), 655-684.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., and Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Su, X. and Ng, S. M. (2019). The differential impacts of collective psychological ownership and membership identification on work burnout and engagement. *Journal of Social Service Research*, 45(1), 44-58.
- Tagle, J. P. (2021). Crab mentality – where does it come from?, <https://usa.inquirer.net/61656/crab-mentality-where-does-it-come-from> (Access Date: 24.01.2021).
- Tajfel, H., and Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel, & W. Austin (Eds.). *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7–24.). Chicago: Nelson Hall.
- Taş, M. A. and Alparslan, A. M. (2020). Postmodern zamanın beklentisi: Bilge liderlik. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(1), 131-149.
- Thomas, S. (2017). A critical evaluation of phronêsis as a key tool for professional excellence for modern managers. National Conference On New Paradigms In Business & Management.
- Üzüm, B. and Özkan, O. S (2022). Job embeddedness antecedents in the context of resource conservation theory: Crab syndrome and intrusion. *Pacific Business Review International*, 15(2), 39-48.
- Üzüm, B. ve Özdemir, Y. (2022). Yengeç sendromu ve güç mesafesi ilişkisi. (Ed. E. Kaygın, O. Kavak, E. Topçuoğlu) *Örgütsel Davranışta Ölçek Araştırmaları I*, 187-200. Konya: Eğitim Yayınevi.

- Üzüm, B., and Özdemir, Y. (2020). Yengeç sendromu “Ben yapamazsam sen de yapamazsin”: Ölçek geliştirme çalışması crab syndrome “If I can’t do it, you can’t do it”: Scale development study. *Journal of Organizational Behavior Research*, 5(2), 241-252.
- Üzüm, B., Özdemir, Y., Köse, S., Özkan, O. S. and Şeneldir, O. (2022a). Crab barrel syndrome: Looking through the lens of type A and type B personality theory and social comparison process. *Frontiers in Psychology*, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.792137>.
- Üzüm, B., Özkan, O. S. and Gülbahar, Y. (2022b). Adaptation of the phronetic (Wise) leadership scale to Turkish. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 1795-1803.
- Vanharanta, H., Einolander, J., Kantola, J., Markopoulos, E. and Sivula, A. (2021) Phronetic leadership style evaluation with a fuzzy logic application, *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, 22(3), 317-337, DOI: 10.1080/1463922X.2020.1768319
- Vera, D., and Crossan, M. (2004). Strategic leadership and organizational learning. *Academy of Management Review*, 29(2), 222-240.
- Wheeler, A. R., Halbesleben, J. R., and Whitman, M. V. (2013). The interactive effects of abusive supervision and entitlement on emotional exhaustion and co-worker abuse. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86, 477-496.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu

Tarih: 11/02/2022

No: 2022-2

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI


1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



An Analysis of the Relationship between Business Confidence and Macroeconomic Factors: Türkiye Case

Reel Sektör Güveni İle Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişkinin Analizi: Türkiye Örneği

Doç. Dr. Murat AKKAYA ¹

Abstract

Investor sentiment plays an important role in the all level of economic activities. Confidence as an indicator of investor sentiment has become an important and interesting concept in recent years. Confidence indicators are a way in assessing economic developments in the short term. The aim of this study is to analyze the long and short term relationship between the Real Sector Confidence Index and macroeconomic/financial variables for the period of January 2007 – December 2021. The Johansen Cointegration Test results prove a long-term cointegration relationship. Vector Error Correction Models for both macroeconomic and financial variables are statistically significant at the 5% level. In the short run, Manufacturing Capacity Utilization Ratio, Official Reserves, Domestic Debt Stocks, Real Exchange Rate, US Dollar/TRL Buying Rate, Non-Residents' Stock Portfolio and Volatility Index have a statistically significant effect on the changes in Real Sector Confidence Index. Thus, this study informs investors to predict the effects of changes in the confidence index on financial instruments bilaterally and contribute to their investment decision.

Keywords: Business Confidence Index, financial forecasting, VECM analysis, Türkiye

Paper Type: Research

Öz

Yatırımcı duyarlılığı, ekonomik faaliyetlerin her düzeyinde önemli bir rol oynamaktadır. Yatırımcı duyarlılığının bir göstergesi olarak güven, son yıllarda önemli ve ilgi çekici bir kavram haline gelmiştir. Güven göstergeleri, kısa vadede ekonomik gelişmeleri değerlendirmenin bir yoludur. Bu çalışmanın amacı, öncü gösterge olan Reel Kesim Güven Endeksi ile makroekonomik/finansal değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiyi Ocak 2007 – Aralık 2021 dönemi için analiz etmektir. Johansen Eşbütünleşme Testi sonuçları uzun dönemli bir eşbütünleşme ilişkisini kanıtlamaktadır. Vektör Hata Düzeltme Modelleri hem makroekonomik hem de finansal değişkenler için %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Reel Kesim Güven Endeksi'ndeki değişimler üzerinde kısa vadede İmalat Kapasitesi Kullanım Oranı, Resmi Rezervler, İç Borç Stokları, Reel Döviz Kuru, ABD Doları/TL Alış Kuru, Yurt Dışı Stok Portföyü ve Oynaklık Endeksi istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir. Böylelikle bu çalışma, yatırımcılara güven endeksindeki değişimlerin finansal araçlar üzerindeki etkilerini ikili olarak tahmin etmeleri ve yatırım kararlarına katkı sağlamaları konusunda bilgi vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Reel Sektör Güven Endeksi, finansal tahminleme, VECM analizi, Türkiye

Makale Türü: Araştırma

Giriş

Psychological and sociological factors are as effective as macroeconomic factors in the good functioning of economic systems. The main factors are confidence, loyalty and perceptions. The confidence in an economy has a close relationship with investor and consumer

¹Istanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, muratakkaya@beykent.edu.tr

Atf için (to cite): Akkaya, M. (2024). An analysis of the relationship between business confidence and macroeconomic factors: Türkiye case. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 140-152.

expectations. Thus, the economic events that these people encounter at the micro and/or macro level are effective in their decisions such as consumption, savings and investment for the future. Being optimistic or pessimistic about the future expectations of consumers and investors creates different economic results. Optimistic expectations encourage people to spend. The pessimistic expectations result in reducing the expenditures and being more cautious. This will affect the financial performance of companies in the real sector. Uncertainty or risk environment for the future transactions brings the factor of confidence to the fore. In this context, confidence in the markets is of great importance for both the consumer and the producer (Kıyılar and Akkaya, 2016).

“Homo economicus” constitutes the basic assumption of classical and neo-classical economics. In traditional finance theories, it is assumed that investors are rational and markets are efficient. Assets reflect their fundamental value, as investors participating in financial markets access all information without cost. "Homo economicus" describes many aspects of human behavior. Although "homo economicus" is helpful in understanding many features of human behavior, it falls short in explaining moral behavior and anomalies. Studies on the validity of the Efficient Market Hypothesis and traditional finance theories have revealed that investors do not act rationally as stated, financial models do not fit the market in many cases, and anomalies exist. Behavioral Finance and its concepts of investor sentiment and investor psychology gained momentum after the 1980s. Behavioral Finance emphasizes that investors should be considered “normal” rather than rational. Investors not only make decisions based on risk. Also they focus on return and utility maximization. They also make decisions based on satisfaction shaped by cognitive and emotional biases. Other variables besides risk and return are effective in investment decisions, and that investors make decisions that will satisfy them at best instead of maximizing utility. Thus, there must be a close interaction between human behavior and macroeconomic parameters (Kıyılar and Akkaya, 2016).

Confidence as an indicator of investor sentiment, has become an important and interesting concept in recent years. Confidence is a pragmatic value and an important fluid of the social system. Also, confidence is the product of communities that are based on common moral norms and values and go back to ancient times. Lack of confidence leads to weakening of economic performance, and in fact, the problem stems from the lack of social capital. Social capital is defined as the ability of people to work together as a group or organization for a common purpose. The ability to unite with the sharing of norms and values emerges. These shared values form the confidence (Fukuyama, 2001).

Confidence indicators are a way in assessing economic developments in the short term. These sentiment indicators provide crucial information about the current economic situation and the future expectations of economic decision-makers. Sentiment or confidence indices emerged by chance. Consumer confidence was first formulated by Katona (1968) at the University of Michigan in the 1940s to empirically measure consumer expectations within spending and saving behavior models. Analysts and economic agents use 2 indicators to make predictions about the state and future of the economy: consumer confidence indice and business confidence indicators. Business confidence shows the expectations of the companies based on the surveys regarding production, orders and finished products in the sector. This index is especially important for macroeconomics, as it characterizes the productivity of economic activity and the prospects for the development of the country's economy as a whole.

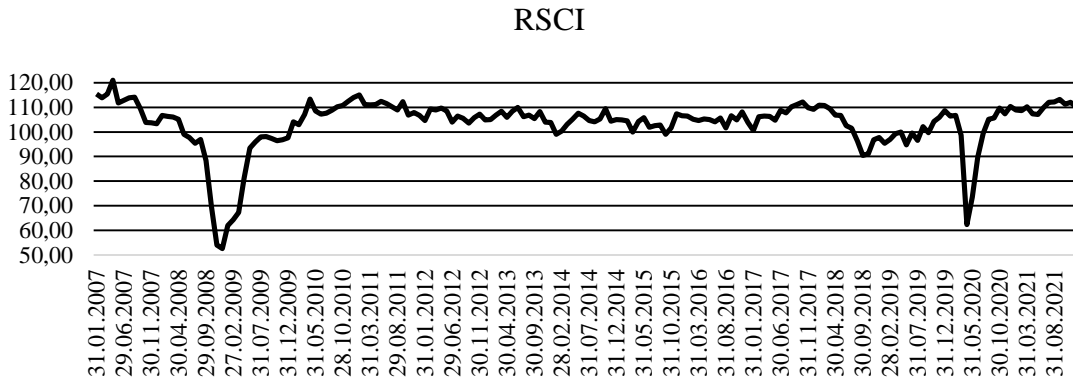
Tendency surveys for the real sector using different methods are in use for many countries. The main purpose of these surveys is to reveal the general trend in periodical developments and to provide information for economic decision units about the necessary future expectations. The Central Bank of Republic of Türkiye (CBRT) prepared Business Tendency Survey (BTS) in 1987 in order to learn the thoughts of the senior executives of the private sector institutions, and created the Real Sector Confidence Index in 2005 using the Business Tendency Survey. BTS has a comprehensive revision in line with the European Union Commission.

CBRT announces the Real Sector Confidence Index monthly since 2007 January. The Real Sector Confidence Index is an indicator that reflects the short-term trends of the manufacturing industry by monitoring the opinions and thoughts of the top managers who direct the country's economy, regarding the recent and current situation, and their expectations for the future, with the economic orientation survey. This index is calculated as a function of the answers given to the questions of BTS about total orders, finished goods stock, exports, production, employment, fixed capital investment expenditure and general trend. This index provides advance information about periods of growth and contraction in economic activity, and is used to predict changes in economic activity.²

Consumer confidence indice are main indicators in investor sentiment studies. The another economic indicator known as the Business Confidence Index (BCI) is a method to measure the optimism or sentiment of producers about the economy. The BCI is a leading indicator of future developments in an economy. This index is formed from the opinions received through regular Business Tendency Surveys that provide information about production, sales, orders and product stocks in the manufacturing sector. The Central Bank of the Republic of Türkiye created the Real Sector Confidence Index to measure the confidence and expectations of the manufacturing sector in 2005 and has been publishing it regularly every month since January 2007. The Real Sector Confidence Index takes a value between 0 and 200. A value of 100 is considered a neutral point.

Figure 1 shows the changes in the Real Sector Confidence Index (RSCI) between January 2007 and December 2021, which is the analysis period of this study. The study period starts with the first announce of the Real Sector Confidence Index.

Figure 1. Real Sector Confidence Index for January 2007 – December 2021 period



Source: The Central Bank of the Republic of Türkiye

Households and the real sector shape their production and consumption not only according to the current situation, but also depending on the environment of confidence or instability caused by the changes in economic conditions. Consumption and investment expenditures vary by country. Because the macroeconomic and financial dynamics of every country are not the same. Although intense economic, financial, political and cultural globalization has made countries economically and financially similar to each other, they have their own financial markets and political risks. The Turkish economy has also been under an intense globalization attack since 1980, when its economy opened up. However, Türkiye's economy, geography and politics have their own unique behaviors and risks. For this reason, it would be beneficial to conduct a Real Sector Confidence Index study specific to the Turkish economy.

² <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/EN/TCMB+EN/Main+Menu/Statistics/Tendency+Surveys/>

This study aims to analyze the relationship between the Real Sector Confidence Index which is prepared by the Central Bank of Republic of Türkiye as a leading indicator in the markets, and the macroeconomic and financial variables with the Johansen Cointegration and VECTOE Error Correction Model (VECM). Studies in the literature include short-term and few variables. This study makes an important contribution with its 15-year long period and many variables. In addition, investor sensitivity is affected by both economic and psychological factors. It is useful to look at all possible economic variables in order to observe the psychological effects in investor sentiment studies. Therefore, this study includes 27 variables. This study presents an econometric model on real sector confidence and discusses its results.

1. Literature

Traditional finance theories, Expected Utility Theory and Efficient Market Hypothesis assume that individuals are rational and want to optimize their preferences. Behavioral Finance, which is based on psychology and sociology, assumes irrational behavior or limited rationality approach instead of rational decision model. The Prospect Theory developed by Tversky and Kahneman (1974) is the basic of Behavioral Finance. One of the prominent topics in Behavioral Finance is investor sentiment and investor psychology. The sentiment in Behavioral Finance is investors' apparent aggregate errors in securities prices. In the case of irrational euphoria, investor sentiment is evaluated as excessive optimism. The basis of the investor sentiment theory is the concept of "noise" in financial markets. The concept of noise trading developed by Black (1986) is transformed into a theory by De Long et al.(1990).

Investor sentiment plays a crucial role in all level of economic activities. Future expenditures can be given as an example. Investor sentiment also has a significant impact on stock markets. Thus, researchers use many variables in studies on investor sentiment and investor psychology. Confidence indices are the most preferred among these variables. The first study on consumer confidence was made by Katona (1968) in the late 1940s, and after Otoo's (1999) study, interest in confidence indices increased again. There are many studies on the consumer confidence index in literature (Acemoglu and Scott, 1994; Jansen and Nahuis, 2003; Fisher and Statman, 2003; Brown and Cliff, 2004; Ludvigson, 2004; Korkmaz and Çevik, 2007; Afshar et al. 2007; Bremmer, 2008; Çelik and Kaya, 2009; Topuz, 2011; Köse and Akkaya, 2016; Coşkun et al. 2016; Alper and Kara, 2017; Küçükçaylı and Akıncı, 2018, Evcı, 2019, Aytekin and Doyar, 2019; Özakarlı and Küçüksille, 2020).

The international literature has not ample study on the Real Sector Confidence Index (Ayuningtyas and Koesrindartoto, 2014; Sum, 2014; Los and Ocheretin, 2019). Some of the studies which are carried out in Türkiye are for the creation of the Real Sector Confidence Index. Other studies mostly and usually investigate the relationship between consumer confidence and stock returns. (Korkmaz and Çevik, 2009; Kale and Akkaya, 2016; Usul vd. 2017; Koy and Akkaya, 2017; Eyüboğlu and Eyüboğlu, 2018). The third type of studies investigates the relationship between the Real Sector Confidence Index and macroeconomic factors. Vector autoregressive models and causality tests are the main methods in these studies (Özsağır, 2007; Arısoy, 2012; Baştan et al. 2013).

Oral et al. (2005) carried out the first study on on the creation of the Real Sector Confidence Index in Türkiye. In this study, eight questions of the Business Tendency Survey, which is currently used in the index and which forms the basis of this index, have been determined.

Arısoy (2012) analyzes the relationship between real sector confidence and consumer confidence indices and stock market employment, production and consumption expenditures in the 2005-2012 period with the Vector Autoregressive Model (VAR). the Real Sector Confidence Index affects the Industrial Production Index and Borsa İstanbul 100 Index.

Albayrak (2018) investigates the relationship between the Real Sector Confidence Index and the Manufacturing Capacity Utilization Rate in the 2007 - 2017 period with the Johansen Cointegration Test and Granger Causality Test (1988). There is a long-term cointegration relationship between the variables. In addition, there is a one-way causality running from the Manufacturing Capacity Utilization Rate to the Real Sector Confidence Index. Aytekin & Bozkaya (2021) determine a long-term cointegration relationship between the variables by using the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) bounds test, which is another cointegration model. A negative relationship occurs between inflation, exports and unemployment variables and economic confidence in the long run in Türkiye. Inversely, a positive relationship emerges between industrial production, real exchange rate and import variables and economic confidence.

Kaygısız (2019) investigates the relationship between Real Sector Confidence Index and Consumer Confidence Indices with macroeconomic variables in the period of 2010 – 2018 with the Vector Autoregressive Model (VAR). There is a significant relationship between the Real Sector Confidence Index, interest rates and the Industrial Production index.

2. Data

The aim of this study is to analyze the long-, and short-term relationship between the Real Sector Confidence Index, which is a leading indicator, and macroeconomic and financial variables. The study covers the period of January 2007 – December 2021.

Econometric analysis includes 27 variables and their monthly changes (Table 1). The studies discussed in the literature cover short-term and the number of variables used in the studies is relatively limited. This study is expected to make an important contribution to the literature with long-term and variable variety. This study acquires data mainly by the Central Bank of Republic of Türkiye. US 10-Year Bond Rate and Volatility Index data are gathered from yahoofinance.

Table 1. Variables and abbreviations

Abbr.	Variable	Abbr.	Variable
RSCI	Real Sector Confidence Index	IMP	Import Volume (USD)
BB	Budget Balance	IPI	Industrial Production Index
BIST	Borsa İstanbul 100 Index	MICUR	Manufacturing Industry Capacity Utilization Rate
CA	Current Account Balance	OR	Official Reserves
CCI	Consumer Confidence Index	RER	Real Exchange Rate
CDS	Türkiye 5-year Credit Default Premium	TLDR	TRL 1-Month Deposit Purchase Interest Rate
DBS	Domestic Debt Stock	USD	US Dollar / TL Buying Rate
DR	Dollarization Rate	USD10	US 10-Year Bond Rate
EXP	Export Volume (USD)	USDINX	US Dollar Index
ECR	Export Import Coverage Ratio	VIX	Volatility Index
FDI	Foreign Direct Investments	NRBP	Non-Residents' Bond Portfolio
FTB	Foreign Trade Balance	NRSP	Non-Residents' Stock Portfolio
GOLD	Gold Price (Gr.)	UR	Unemployment Rate
INF	Inflation Rate		

3. Methodology and Results

This study applies to Johansen Cointegration analysis and Vector Error Correction Model (VECM). The cointegration analyzes the long-term relationship between integrated time series. The time series used in finance should not have a unit root, that is, should be stationary in order not to cause spurious or biased regression. If non-stationary time series are made stationary in differences, they diverge from their original values. When the differences are taken, both the short-term effects of the series and the long-term relationships disappear, and as a result, a long-term relationship will not occur. Cointegration tests are a method that eliminates these problems and provides an advantage. In other words, cointegration shows the long-run relationship between non-stationary time series. In addition, the ability to establish error

correction models of cointegrated series also enables the determination of short and long term relationships. Engle–Granger (1987), Engle–Yoo (1987) and Johansen (1988) methods are well known in cointegration analysis. Unlike the Engle-Granger test and the Engle-Yoo test, the Johansen test allows more than one cointegration relationship. In addition, the Johansen method can be used for estimation and there is no restriction in the method. Johansen cointegration test consists of Trace tests and Maximum Eigenvalue test. Both values of the test determine the existence of cointegration. The null hypothesis of both tests; there is no cointegration equation. The alternative hypothesis is simply that the number of cointegrating relationships is at least one (Sarıkovanlık et al. 2019).

Vector Error Correction Model (VECM) is suitable for variables to predict short-term relationships. Granger (1988) states that if there is cointegration between the variables, there is at least one-way causality between the variables and the Vector Error Correction Model (VECM) should be used for this condition. In the error correction model equations, there are first differences of the variables and one term lagged errors of the cointegration regression. Error correction models allow determining short and long term causality and smoothing out the imbalance between variables (Enders, 1995).

Table 2 presents the correlation between the Real Sector Confidence Index (RSCI) and macroeconomic and financial variables. Correlations are low except Consumer Confidence Index (CCI), Türkiye 5-year Credit Default Premium (CDS), the Manufacturing Capacity Utilization Ratio (MICUR) and Volatility Index (VIX). The high correlation between the RSCI and the Consumer Confidence Index (0.5123) is normal as expected. Because both indices have similar method. The correlation between the RSCI and the Manufacturing Capacity Utilization Rate is high and positive (0.6508), as expected. Because, interviews are conducted with the managers of the companies operating in the manufacturing industry. The high and negative correlations with CDS (-0,5665) and VIX (-0,5896) emerge as expected. Because both variables measure risk perception. The rise of these two variables indicates that the risks in the market increase.

Table 2. Correlations

RSCI		RSCI	
BB	0.1581	IMP	0.4756
BIST	0.2603	IPI	0.2314
CA	-0.3249	MICUR	0.6508
CCI	0.5123	OR	0.0649
CDS	-0.5665	RER	0.0882
DBS	0.0166	TLDR	-0.2366
DR	-0.0846	USD	-0.0586
EXP	0.2394	USD10	0.0084
ECR	-0.2822	USDINX	-0.1299
FDI	-0.0407	VIX	-0.5896
FTB	-0.4328	NRBP	0.2778
GOLD	-0.0093	NRSP	0.4873
INF	-0.0353	UR	-0.4406

The first step in evaluating the suitability of time series for analysis in finance studies is unit root tests. The time series to be analyzed should be stationary, that is, they should not carry a unit root. 1% significance level and Augmented Dickey-Fuller (ADF) unit root test developed by Dickey and Fuller (1979) are preferred for this study (Table 3).

The ADF test is the most widely used unit root test in finance studies. Augmented Dickey Fuller (ADF) works well on larger and more complex models. However, it has the disadvantage of a rather high Type 1 error rate. The augmented Dickey–Fuller (ADF) statistic, used in the test, is a negative number. The more negative it is, the stronger the rejection of the hypothesis that there is a unit root at some level of confidence.

Table 3. ADF test results

Variable	Level	prob.	1. diff.	Prob.	Variable	Level	prob.	1. diff.	Prob.
RSCI	- 0,4196	0.5308	- 10,9124	0.0000	IMP	- 3,0885	0.0293	- 19,4589	0.0000
BB	- 0,7944	0.8177	- 9,0253	0.0000	IPI	1.9262	0.9871	- 4,2427	0.0000
BIST	- 0,7631	0.8265	- 13,2443	0.0000	MICUR	- 0,3155	0.5707	- 11,5166	0.0000
CA	- 1,7803	0.0714	- 3,0093	0.0028	OR	0.6648	0.8587	- 11,4477	0.0000
CCI	- 0,0613	0.6610	- 9,9391	0.0000	RER	- 0,0182	0.9548	- 10,2425	0.0000
CDS	- 0,8631	0.3408	- 14,4137	0.0000	TLDR	- 0,8316	0.3543	- 6,5966	0.0000
DBS	2.0489	0.9999	- 10,6402	0.0000	USD	4.2764	1.0000	- 11,4477	0.0000
DR	0.7271	0.9925	- 11,5159	0.0000	USD10	- 1,4613	0.1341	- 12,6730	0.0000
EXP	- 2,6935	0.0772	- 11,0621	0.0000	USDINX	0.3170	0.7761	- 13,5388	0.0000
ECR	- 2,4628	0.1265	- 13,9103	0.0000	VIX	- 1,2122	0.2061	- 12,2741	0.0000
FDI	- 1,3501	0.1637	- 13,4268	0.0000	NRBP	- 0,6816	0.4205	- 9,8879	0.0000
FTB	- 1,1090	0.2421	- 11,5159	0.0000	NRSP	- 0,7961	0.3699	- 9,8879	0.0000
GOLD	4.0443	1.0000	- 9,6581	0.0000	UR	- 2,4546	0.1287	- 2,8900	0.0040
INF	- 0,4866	0.5038	- 10,6402	0.0000					

The ADF test shows that all the variables used in the analysis are not stationary, that is, they have unit roots. Also, non-stationary variables become stationary at the 1st difference. Thus, the Cointegration test is suitable for the analysis of the long-term relationship and the Vector Error Correction Model (VECM) for the short-term modeling.

The optimal lag length must first be determined to apply the cointegration test to the variables. Using F-tests or information criteria, the appropriate lag length should be selected. (AIC) Akaike Information Criteria, (LR) Test statistic and (FPE) Final Estimation Error define the number of lags as 4 (Four) (Table 4). * indicates lag order selected by the criterion

Table 4. Lag length criteria

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-10904.90	NA	1.64	128.42	128.63	128.50
1	-9888.00	1890.23	4.36	117.88	120.31*	118.87*
2	-9693.58	336.24	1.87	117.02	121.69	118.91
3	-9508.22	296.57	9.13	116.26	123.16	119.06
4	-9360.44	217.33*	7.23*	115.94*	125.08	119.65

The Johansen Cointegration Test analyzes the variables affecting the Real Sector Confidence Index in the long run, The variables in the analysis are divided into two groups: macroeconomic and financial variables. The null hypothesis for macroeconomic variables is rejected and the model is significant for the 5% level. In the long run, model has at most 7 (seven) cointegration equations among the variables. Thus, a long term cointegration relationship emerges between its variables and the series move together in the long run. (Table 5).

Table 5. Johansen Cointegration test results for macroeconomic variables

Series: RSCI CA INF EXP ECR FTB IMP IPI OR MICUR UN					
Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	Critical Value 0,05	Prob.**	
None *	0.508420	561.2875	285.1425	0.0000	
At most 1 *	0.474354	444.1159	239.2354	0.0000	
At most 2 *	0.418345	337.9997	197.3709	0.0000	
At most 3 *	0.334847	248.5898	159.5297	0.0000	
At most 4 *	0.322703	181.3130	125.6154	0.0000	
At most 5 *	0.216208	117.0215	95.75366	0.0008	
At most 6 *	0.144463	76.82567	69.81889	0.0124	
At most 7 *	0.123356	51.08146	47.85613	0.0241	
At most 8	0.100819	29.35846	29.79707	0.0561	
At most 9	0.062562	11.82369	15.49471	0.1656	
At most 10	0.007029	1.163898	3.841466	0.2807	

* 0.05 level

In the long run, model has at most 16 (sixteen) cointegration equations among the financial variables (Table 6).

Table 6. Johansen Cointegration test results for financial variables

Series: RSCI BB BIST CCI CDS DDS DR FDI GOLD OR RER TLDR USD USD10 USDIND VIX NRBP NRSP				
Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	Critical Value 0,05	Prob.**
None *	0.633963	752.2776	334.9837	0.0000
At most 1 *	0.588926	586.4491	285.1425	0.0000
At most 2 *	0.479652	439.7669	239.2354	0.0000
At most 3 *	0.420937	331.9794	197.3709	0.0000
At most 4 *	0.376715	241.8326	159.5297	0.0000
At most 5 *	0.275000	163.8286	125.6154	0.0000
At most 6 *	0.535924	739.7102	334.9837	0.0000
At most 7 *	0.490498	611.5031	285.1425	0.0000
At most 8 *	0.480319	498.8914	239.2354	0.0000
At most 9 *	0.408075	389.5832	197.3709	0.0000
At most 10 *	0.360888	302.0126	159.5297	0.0000
At most 11 *	0.280928	227.2508	125.6154	0.0000
At most 12 *	0.261592	172.1753	95.75366	0.0000
At most 13 *	0.240167	121.5310	69.81889	0.0000
At most 14 *	0.179842	75.66324	47.85613	0.0000
At most 15 *	0.141857	42.55421	29.79707	0.0010
At most 16 *	0.090042	17.00576	15.49471	0.0294
At most 17	0.007446	1.248168	3.841466	0.2639

Table 7 presents Vector Error Correction Model (VECM) results for macroeconomic variables. Vector Error Correction Model is statistically significant at the 5% level. In the short run, Manufacturing Capacity Utilization Ratio (MICUR) and Official Reserves (OF) have a statistically significant effect on the RSCI. In other words, these variables cause changes in RSCI in the short run.

Table 7. VECM results for macroeconomic variables

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
D(CA)	7.314295	4	0.1202
D(FTB)	4.862154	4	0.3017
D(INF)	6.158171	4	0.1876
D(EXP)	5.086815	4	0.2785
D(ECR)	1.279735	4	0.8648
D(MICUR)	16.33989	4	0.0026
D(UR)	2.299419	4	0.6809
D(IMP)	5.149242	4	0.2723
D(IPI)	4.882380	4	0.2996
D(OR)	14.68794	4	0.0054
All	96.65063	40	0.0000

Table 8 reflects VECM results for financial variables. Model is again statistically significant at the 5% level. In the short run, Domestic Debt Stocks (DDS), Real Exchange Rate (RER), US Dollar / TRL Buying Rate (USD), Official Reserves (OR), Non-Residents' Stock Portfolio and Volatility Index (VIX) have a statistically significant effect on the changes in RSCI. TRL 1-Month Deposit Purchase Interest Rate (TLDR) and Borsa İstanbul 100 Index (BIST) are also significant at the 10% significance level.

Table 8. VECM results for financial variables

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
GOLD	6.798351	4	0.1469
BB	6.525737	4	0.1632
BIST	8.284666	4	0.0817
DR	6.278691	4	0.1793
FDI	5.685955	4	0.2239
DDS	11.75103	4	0.0193
RER	11.42075	4	0.0222
CCI	1.009839	4	0.9083
TLDR	8.237767	4	0.0832
OR	13.40278	4	0.0095
USD	9.991313	4	0.0406
USD10	5.715282	4	0.2214
USDIND	2.549843	4	0.6357
VIX	19.45896	4	0.0006
NNBP	6.283737	4	0.1789
NRSP	9.961272	4	0.0411
CDS	4.417210	4	0.3525
All	159.1203	68	0.0000

Discussion and Conclusion

The concept of confidence, which is also social capital, enables the individual to take part in economic events and reveals the effect of individuals not only on their behavior but also on economic cases. From a macro point of view, confidence provides a solid basis for the formation of a stable economic structure. Real sector and macro variables are affected in proportion to people's expectations and their confidence in the economy. Thus, the main thing in the economy is to create an environment of trust that will positively affect expectations. The expectations of individuals and their confidence in the economy affect the real sector and macro variables.

This study analyzes the long and short term relationship between the Real Sector Confidence Index and macroeconomic - financial variables for the period of January 2007 – June 2021. The Johansen Cointegration Test results prove that a long-term cointegration relationship emerges between RSCI and variables, and the series move together. Vector Error Correction Models for both macroeconomic and financial variables are statistically significant at the 5% level. In the short run, Manufacturing Capacity Utilization Ratio (MICUR), Official Reserves (OR), Domestic Debt Stocks (DDS), Real Exchange Rate (RER), US Dollar / TRL Buying Rate (USD), Non-Residents' Stock Portfolio and Volatility Index (VIX) have a statistically significant effect on the changes in RSCI. The relationship between the RSCI and the Manufacturing Capacity Utilization Rate is normal as expected. Because, the managers of the companies in the manufacturing industry answer. BTS questions. Official reserves are significant in both models. Reserves contribute to the stability of the financial system and are a balance sheet item that central banks follow very closely. International reserves reduce the costs that may arise in times of crisis. Therefore, reserve adequacy constitutes one of the most important indicators of economic and financial fragility of countries. Domestic Debt Stocks, Real Exchange Rate, US Dollar / TRL Buying Rate constitute the risk map of the country. The rises and falls in these affect the expectations of both the producer and the investor. The exchange rate is one of the most important indicators in the Turkish economy. Exchange rates directly affect both domestic and international trade.

After 1980, the Turkish economy built its growth model on the current account deficit and capital inflows together with financial liberalization. Especially after 2002, portfolio inflows of non-residents became the driving force of the economy. Stock portfolio investments stand out in this regard. Portfolio investments have direct effects on the economy, and also indirect effects on the exchange rate, domestic debt stock, interest rates and official reserves.

The variables that are significant in this study are in line with theory and practice that explain the level of an economy and investor confidence.

The findings prove that there is a significant relationship between the Real Sector Confidence Index and financial and production indicators. The manufacturing industry capacity utilization rate as a production indicators, is significant. The Turkish economy has been providing economic growth with domestic borrowing, current account deficit, direct investment and portfolio investments since the January 24 decisions, when liberalization steps started. This economic growth model is achieved by making choices between the US Dollar/Turkish Lira exchange rate and the interest rate. In the Turkish economy, there are fluctuations in exchange rates or interest rates in some periods. Direct and portfolio investments are an important long-term resource in maintaining the current account deficit. Direct investment encourages the growth of the exports of the invested countries and also increases the financial account and reserves of these countries. Although short-term and risk sensitive, portfolio investments are an important item in Türkiye's balance of payments. Foreign residents invest in Borsa Istanbul (BIST) and government domestic debt securities as portfolio investments. In this respect, it has a significant effect on the exchange rate and the domestic debt stock. Central banks determine the policy rate by looking at all these indicators. Imbalances on exchange rates and interest rates arising from foreign trade, production indicators, capital flows and volatility index or all of them will rationally affect the confidence of the real sector.

The studies show that consumer and real sector trust is important in the economic channel and that confidence indices can be used as leading indicators. The basis of the economy and financial markets is confidence. There can be no economic development without confidence. For this reason, the public authorities develop systems and means to ensure and reinforce confidence in financial markets all over the world. The level and types of confidence in financial markets and an economy need to be carefully analyzed and monitored. Thus, this study informs investors to predict the effects of changes in the confidence index on financial instruments bilaterally and contribute to their investment decision.

References

- Acemoglu, D. & Scott, A. (1994). Consumer confidence and rational expectations: Are agents' beliefs consistent with the theory?. *The Economic Journal*, 104(422), 1-19.
- Afshar, T., Arabian, G. & Zomorrodian, R. (2007). Stock return, consumer confidence, purchasing managers index and economic fluctuations. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 5(8).
- Albayrak, Ş. G. (2018). Türkiye'de Reel Kesim Güven Endeksi ve İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı Arasındaki İlişki Üzerine Ampirik Bir Uygulama (2007-2017). *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(15), 18-27.
- Alper, D. & Kara, E. (2017). Borsa İstanbul'da Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Faktörler: BIST Sınai Endeksi Üzerine Bir Araştırma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 22(3): 713-730.
- Arısoy, İ. (2012). Türkiye Ekonomisinde İktisadi Güven Endeksleri ve Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişkilerin VAR Analizi. *Maliye Dergisi*, 162, 304-315.
- Aytekin, İ. & Bozkaya, Ş. (2021). Makro İktisadi Göstergelerin Ekonomik Güven Üzerindeki Etkilerinin Analizi: Türkiye Örneği. *İstatistik ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 2(1), 55-68.
- Aytekin, İ., & Doyar, B. V. (2019). Türkiye'de Döviz Kuru Dalgalanmalarının Sanayi Üretimi Ve Tüketici Güveni Üzerindeki Etkisi (2008-2019). Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Ağustos 2019, Gölbaşı, Adıyaman.

- Ayuningtyas, R., & Koesrindartoto, D. P. (2014). The Relationship between Business Confidence, Consumer Confidence, and Indexes Return: Empirical Evidence in Indonesia Stock Exchange. *International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management*, 21-25.
- Baştan, E. M., Dolgun, G. Ç., & Ayanoğlu, Ö. A. (2013). Improving the Real Sector Confidence Index for Turkey as a Leading Macroeconomic Indicator. *Proceedings 59th ISI World Statistics Congress, 25-30 August 2013, Hong Kong*.
- Black, F. (1986). Noise. *The journal of finance*, 41(3), 528-543.
- Bremmer, D. (2008). Consumer Confidence And StockPrices. *72nd Annual Meeting of the Midwest Economics Association*, 1-22.
- Brown, G. W., & Cliff, M. T. (2004). Investor sentiment and the near-term stock market. *Journal of Empirical Finance*, 11(4), 1-27.
- Çelik, S. & Kaya, H. (2009). Empirical Evidence for Day Of The Week Effect In An Emerging Market: The Turkish Case. In 8th International Conference of the Middle East Economic Associations, 1-18.
- Çoşkun, M., Umer, U. & Kiracı, K. (2016). Seçilmiş Makroekonomik Değişkenlerle Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Ampirik Bir İnceleme. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 53(616): 61-73.
- De Long, J. B., Shleifer, A., Summers, L. H., & Waldmann, R. J. (1990). Noise trader risk in financial markets. *Journal of political Economy*, 98(4), 703-738.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366a), 427-431.
- Enders, W. (1995). *Applied Econometric Time Series*. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Engle, R. F. & Yoo, B. S. (1987). Forecasting and Testing in Cointegrated Systems. *Journal of Econometrics*, 35, 143-59.
- Engle, R.F. & C.W.J. Granger (1987). Co-integration and error correction: Representation, estimation, and testing. *Econometrica* 55: 251–276.
- Evcı, S. (2019). Ekonomik güven endeksi ile yatırım araçları arasındaki nedensellik ilişkisi: Toda-Yamamoto Yaklaşımı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2893-2901.
- Eyüboğlu, S. ve Eyüboğlu, K. (2018). Reel Kesim Güven Endeksi ile Borsa İstanbul Sektör Endeksleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi. *Business & Economics Research Journal*, 9(1).
- Fisher, K. L. & Statman, M. (2003). Consumer confidence and stock returns. *The Journal of Portfolio Management*, 30(1), 115-127.
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third world quarterly*, 22(1), 7-20.
- Granger, C. W. J. (1988). Some Recent Developments in a Concept of Casuality. *Journal of Econometrics*, 39 (1-2), 199-211.
- Jansen, W. J., & Nahujs, N. J. (2003). The stock market and consumer confidence: *European evidence. Economics Letters*, 79(1), 89-98. doi: 10.1016/S0165-1765(02)00292-6.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12, 231–254.
- Kale, S. & Akkaya, M. (2016). The relation between confidence climate and stock returns: The case of Turkey. *Procedia Economics and Finance*, 38, 150-162.

- Katona, G. (1968). Consumer Behavior: Theory and Findings On Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*, 58, 2, 19-30.
- Kaygısız, D. A. (2019). Türkiye’de Tüketici ve Reel Kesim Güven Endeksi ile Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişkiler: 2010-2018. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 314-332.
- Kershoff, G. (2000). Measuring Business and Consumer Confidence in South Africa. *Bureau for Economic Research*, 1-11.
- Kıyılar, M. & Akkaya, M. (2016). *Davranışsal Finans*. İstanbul, Literatür Yayıncılık.
- Korkmaz, T. ve Çevik, E. İ. (2007). Güven Endeksi ve Yatırımcıların Sezgileri: Türkiye Örneği. *11. Ulusal Finans Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Zonguldak*, 389-410.
- Korkmaz, T., Çevik, E.İ. (2009). Reel Kesim Güven Endeksi ile İMKB 100 Endeksi Arasındaki Dinamik Nedensellik İlişkisi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*. Cilt:38, Sayı:1: 24-37.
- Koy, A. & Akkaya, M. (2017). The role of consumer confidence as a leading indicator on stock returns: A Markov switching approach. *Annals of “Dunarea de Jos” University of Galati Fascicle I. Economics and Applied Informatics*, 1, 36-47.
- Köse, A. K. ve Akkaya, M. (2016). Beklenti ve güven anketlerinin finansal piyasalara etkisi: BIST 100 üzerine bir uygulama. *Bankacılar Dergisi*, 99, 3-15.
- Küçükçaylı, F. M. Ve Akıncı, G. Y. (2018). Tüketici Güveninin Makroekonomik Belirleyicileri: Bir Zaman Serisi Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 459-472.
- Los, V., & Ocheretin, D. (2019). Construction of business confidence index based on a system of economic indicators. *In SHS Web of Conferences* , 65, 06003.
- Ludvigson, S. C. (2004). Consumer Confidence and Consumer Spending. *Journal of Economic Perspective*, 18, (2), 29-50.
- Nguyen, N. K. (2015). The Impact of Business and Consumer Confidence on Stock Market Risk Premiums: Evidence from Vietnam. *Asian Journal of Management Sciences*, 3(7), 10-13.
- Oral, E., Ece D. & Hamsici T. (2005). Building Up a Real Sector Business Confidence Index for Turkey. *Central Bank Review*. 5.1, 23-54.
- Otoo, M. W. (1999). *Consumer Sentiment And The Stock Market*. November: 1-16. Federal Reserve, New York.
- Özakarlı, H. & Küçüksille, E. (2020). Çeşitli Finansal Değişkenler İle Tüketici Güven Endeksi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 3(1), 46-54.
- Özsağır, A. (2007). Ekonomide güven faktörü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 46-62.
- Santero, T., & Westerlund, N. (1996). Confidence Indicators and Their Relationship to Changes in Economic Activity. *OECD Economics Department Working Papers*, 170, 1-54.
- Sarıkovanlık, V., Koy, A., Akkaya, M, Yıldırım, H.H. ve Kantar, L. (2019). *Finans Biliminde Ekonometri Uygulamaları*. Birinci Basım. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Sims, C. A. (1980). Macroeconomics and Reality. *Econometrica*, 48, 1-48.
- Sum, V. & Chorlian, J. (2013). Stock Market Risk Premiums, Business Confidence and Consumer Confidence: Dynamic Effects and Variance Decomposition. *International Journal of Economics and Finance*, 9(5), 45-49.

- Sum, V. (2014). Effects of business and consumer confidence on stock market returns: Cross-sectional evidence. *Economics, Management, and Financial Markets*, 9(1), 21-25.
- Topuz, Y.V. (2011). Tüketici Güveni ve Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7, (1), 53-65.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: *Heuristics and biases. science*, 185(4157), 1124-1131.
- Uşul H., Küçükşille, E. ve Karaoğlan, S. (2017). Güven Endekslerindeki Değişimlerin Hisse Senedi Piyasalarına Etkileri: Borsa İstanbul Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), 685-695.


ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.



The Causal Effects of Economic Policy Uncertainty on Changes in Exchange Rates and Volatility: Empirical Evidence from Türkiye

Ekonomi Politika Belirsizliğinin Döviz Kurlarının Getirileri ve Oynaklığı Üzerinde Nedensel Etkileri: Türkiye'den Ampirik Kanıtlar

Doç. Dr. Recep ÇAKAR ¹

Abstract

Applying a novel econometric method, nonparametric causality-in-quantiles approach, this paper investigates the causal effects of economic policy uncertainty (EPU) on Turkish changes in exchange rates and volatility with the monthly data spanning from February 1998 to December 2019. This approach of gives an opportunity to investigate the (non)causality in the θ -th quantile only in mean (first moment, i.e., $m=1$) or variance (second moment, i.e., $m=2$) as well as the (non)causality in the mean and variance ($m=1$ and 2) successively. In sum, this approach calculates volatility by squaring returns. We use EPU indexes of the United States, Australia, European Union, Japan, Canada, and the United Kingdom and their currencies (USD, AUD, EUR, JPY, CAD, GBP, respectively) vis-à-vis Turkish Lira (TRY) and find that the EPU of Australia, the European Union and Japan affect the returns of the AUD/TRY, EUR/TRY and JPY/TRY exchange rates, respectively. These results show that the EPU indices of these countries can give an idea about the returns and volatility of the relevant Turkish changes in exchange rates. The findings of this paper provide important implications for policymakers, investors, firms, exporters, and importers. Also, some studies can be carried out on the effects of the EPU index that will be created to Türkiye on the Turkish exchange rates or the other Turkish financial assets.

Keywords: Economic policy uncertainty, causality-in-quantiles test, exchange rates

Paper Type: Research

Öz

Bu çalışma, ekonomik politika belirsizliğinin (EPB) Türkiye döviz kurlarının getirileri ve oynaklığı üzerindeki nedensel etkilerini Şubat 1998'den Aralık 2019'a kadar olan aylık verilerle yeni bir ekonometrik metod olan parametrik olmayan kantil nedensellik yaklaşımını uygulayarak araştırmaktadır. Bu yaklaşım, θ -inci nicelikteki (olmayan) nedenselliği yalnızca ortalama (ilk moment, yani $m=1$) veya varyans (ikinci moment, yani $m=2$) olarak araştırma fırsatı verir. Ayrıca ortalama ve varyansta ($m=1$ ve 2) art arda nedensellik (olmayan) bulunur. Özetle, bu yaklaşım, getirilerin karesini alarak oynaklığı hesaplar. Çalışmada Amerika, Avustralya, Avrupa Birliği, Japonya, Kanada ve Birleşik Krallık'ın EPB endeksleri ve para birimlerinin (sırasıyla USD, AUD, EUR, JPY, CAD, GBP) Türk Lirası (TRY) karşısındaki değerleri kullanılmış ve Avustralya, Avrupa Birliği ve Japonya'nın EPB'sinin sırasıyla AUD/TRY, EUR/TRY ve JPY/TRY döviz kurlarının getirilerini etkilediği bulunmuştur. Bu sonuçlar, söz konusu ülkelerin EPB endekslerinin ilgili Türk döviz kurlarının getirileri ve oynaklıkları hakkında fikir verebileceğini göstermektedir. Bu çalışmanın bulguları, politika yapıcılar, yatırımcılar, firmalar, ihracatçılar ve ithalatçılar için önemli çıkarımlar sağlamaktadır. Ayrıca Türkiye'ye oluşturulacak EPU endeksinin Türk döviz kurları veya diğer Türk finansal varlıkları üzerindeki etkileri konusunda da bazı çalışmalar yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomi politika belirsizliği, kantil nedensellik testi, döviz kuru

Makale Türü: Araştırma

¹Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, recepcahar@hitit.edu.tr

Atf için (to cite): Çakar, R. (2024). The causal effects of economic policy uncertainty on changes in exchange rates and volatility: Empirical evidence from Türkiye. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 153-163.

Introduction

One of the most critical factors affecting the increasing economic activities among globalized countries is the exchange rates. The foreign exchange market has two important features. (1) It is the largest and (2) the most liquid financial market in the world. In countries that prefer flexible exchange rate policy due to the collapse of the Bretton Woods system, exchange rates have been at the center of macroeconomic policy discussions for a long time, especially since the exchange rates changes occurring according to supply and demand affect many variables of the country's economy. In countries which export rate is closely tied to import rate (e.g. Türkiye), sudden changes in exchange rates are likely to have a major effect on the economy (Bal et al., 2017; Boyacioglu and Curuk, 2016; Tumturk, 2017; Kostak, 2021; Dumrul & Gökalp, 2022).

Exchange risks arising from the uncertainty caused by changes in foreign exchange rates significantly affect both international investors and foreign currency investments (Aksoy and Tanrioven, 2007). Factors affecting the returns and volatility of exchange rates are vital for policymakers, investors, firms, exporters, and importers in the form of capital budgeting, portfolio management, and borrowing (Apergis et al., 2018). One of these factors is uncertainty which is the key issue in the economy. When uncertainty is high, economic units prefer to postpone their consumption and investment decisions at the microeconomic level. These individual responses at the micro level can lead to insufficient aggregate demand and, consequently, lead to unemployment at the macro level (Arrow, 1968; Bernanke, 1983; Jirasavetakul and Spilimbergo, 2018; Leduc and Liu, 2016; Pindyck, 1988; Rodrik, 1991; Ghosh et al., 2021).

Uncertainty over economic policies has gained importance, especially after the 2008 Global Financial Crisis (Baker et al., 2016) and several studies in the empirical literature have investigated the impacts of EPU on the exchange rates. Krol (2014) examines the effect of EPU on the exchange rate volatility and he finds that EPU directly increased the exchange rate volatility for some economies investigates. Balcilar et al. (2016) investigate whether EPU differentials can be used to forecast changes in exchange rates and volatility and they report that both changes in exchange rates and volatility can be forecasted by using EPU differentials. Kido (2016) examines the effects of the US EPU shock on changes in exchange rates and he reports a positive (negative) relationship between the US EPU and Japanese Yen (high-yielding currencies) returns. Beckmann and Czudaj (2017) investigate whether EPU has an impact on exchange rates and they note that expectations about the exchange rates are affected by EPUs. Dai et. al. (2017) investigate causality between EPU and exchange rate for China and they state that the causality between EPU and exchange rate mostly exists in the tail quantile interval. They also state that when the value of EPU (exchange rate) is too high, the causality running from EPU (exchange rate) to the exchange rate (EPU) exists in China. The impact of EPU on the Dollar-Pound exchange rate volatility is investigated by Bartsch (2018) and he finds that the daily EPU data affects the Dollar-Pound exchange rate volatility much faster relative to its monthly data. Juhro and Phan (2018) examine the impact of global EPU on returns and volatility of exchange rates for ten ASEAN countries and they report that the global EPU has a predictive ability on changes in exchange rates for six ASEAN countries whereas it has a predictive ability on exchange rate volatility for all ASEAN countries. Liming et al. (2019) examine whether EPU has an effect on exchange rate volatility for China and they find that EPU of the US, EU, and Japan has a significant impact on exchange rate volatility, while Hong Kong EPU has an insignificant effect.

1. Literature Review

Existing literature raises some questions, such as: (a) Does EPU of any country affect the corresponding Turkish changes in exchange rates or volatility? Or (b) Can EPU of any country be used to predict corresponding Turkish changes in exchange rates or volatility? To the

best of our knowledge, although there are studies (see, for example, Demir and Ersan, 2018; Jirasavetakul and Spilimbergo, 2018; Korkmaz and Gungor, 2018; Sahinoz and Cosar, 2018; Tiryaki and Tiryaki, 2019; Yılmaz, 2022) in the existing literature investigating the impact of EPU on Turkish financial markets, these questions are yet to be answered. While exchange rate uncertainties do not affect high and medium high technology export flows in the short term, exchange rate uncertainties affect exports negatively in the long run (Aslan & Akpiliç: 2022), There is cointegration between EPU USD/TRY and between trade policy uncertainty USD/TRY, besides, it has been determined that both EPU and trade policy uncertainty are Granger causes of USD/TRY exchange rate (Özkan, 2020). Also, determining the factors affecting Turkish changes in exchange rates and volatility is required for different economic units and is a necessity to ensure economic stability (Balcilar et al., 2016), Compared to developing countries, it was found the stronger relationship between developed country stock markets and EPU indices (Gürsoy & Zeren, 2022), EPU shocks have contractionary effects on macroeconomic activity in the short and/or medium term and that the investment variable is the variable that is most responsive to these shocks (Daştan & Karabulut, 2022). Therefore, the objective of this paper is to investigate the effects of EPU on Turkish changes in exchange rates and volatility. For this objective, the analysis will be carried out using a novel econometric method, nonparametric causality-in-quantiles test, developed by Balcilar et al. (2018) with monthly data from February 1998 and December 2019 of the EPU indexes of the United States (US), Australia (AU), China (CN), European Union (EU), Japan (JPN), Canada (CAN) and United Kingdom (UK) countries and the currencies of these countries relative to the Turkish Lira (USD/TRY, AUD/TRY, CNY/TRY, EUR/TRY, JPY/TRY, CAD/TRY, GBP/TRY, respectively), and the findings will be interpreted.

Our contribution to the literature is two-fold. First, this is the first paper investigating the effects of EPU on both Turkish changes in exchange rates and volatility. Second, we use a newly developed methodology, proposed by Balcilar et al. (2018) which catches general nonlinear dynamic dependencies, considers all the quantiles in the distribution, i.e., robust to extreme values in the data sets, and allows causality analysis not only in mean but also variance.

We organize the rest sections of the paper as follows: Section 2 presents the methodology, while Section 3 discusses the data and empirical results. Finally, Section 4 concludes the paper.

2. Methodology

In this section, we provide the description of the nonparametric causality-in-quantiles approach proposed by Balcilar et al. (2018). It catches general nonlinear dynamic dependencies and considers extreme values of the dataset. Let epu_t denotes the independent variable and r_t the Turkish changes in exchange rates. Let $R_{t-1} \equiv (r_{t-1}, \dots, r_{t-p})$, $EPU_{t-1} \equiv (epu_{t-1}, \dots, epu_{t-p})$, $X_t = (EPU_t, R_t)$, and $F_{r_t|\bullet}(r_t|\bullet)$ denote the conditional distribution of r_t given \bullet . Defining $Q_\theta(X_{t-1}) \equiv Q_\theta(r_t|X_{t-1})$ and $Q_\theta(R_{t-1}) \equiv Q_\theta(r_t|R_{t-1})$, we have $F_{r_t|X_{t-1}}\{Q_\theta(X_{t-1})|X_{t-1}\} = \theta$ with probability one. According to Jeong et al. (2012), the null hypothesis that epu_t does not Granger cause r_t in the θ -th quantile is tested with the alternative hypothesis as follows:

$$H_0: P\{F_{r_t|X_{t-1}}\{Q_\theta(R_{t-1})|X_{t-1}\} = \theta\} = 1 \quad (1)$$

$$H_1: P\{F_{r_t|X_{t-1}}\{Q_\theta(R_{t-1})|X_{t-1}\} = \theta\} < 1 \quad (2)$$

Since the method of Jeong et al. (2012) investigates causality only in the first moment, it was extended by Balcilar et al. (2018) with the method of Nishiyama et al. (2011) to investigate causality in not only first moment but also second or higher moment. With the extension of Balcilar et al. (2018), the null hypothesis that epu_t does not Granger cause r_t in the θ -th quantile up to M -th moment is tested with the alternative hypothesis as follows:

$$H_0: P\{F_{r_t^m|X_{t-1}}\{Q_\theta(R_{t-1})|X_{t-1}\} = \theta\} = 1, \quad m = 1, 2, \dots, M \quad (3)$$

$$H_1: P\{F_{r_t^m|X_{t-1}}\{Q_\theta(R_{t-1})|X_{t-1}\} = \theta\} < 1, \quad m = 1, 2, \dots, M \quad (4)$$

The approach of Balcilar et al. (2018) gives an opportunity to investigate the (non)causality in the θ -th quantile only in mean (first moment, i.e., $m=1$) or variance (second moment, i.e., $m=2$) as well as the (non)causality in the mean and variance ($m=1$ and 2) successively. In sum, this approach calculates volatility by squaring returns.

3. Data Description And Empirical Results

For an assessment of the effects of EPU on Turkish changes in exchange rates and volatility, we first obtain the monthly EPU indexes of the US, AU, CN, EU, JPN, CAN and the UK from the Economic Policy Uncertainty database and the monthly values of the Turkish exchange rates (USD/TRY, AUD/TRY, CNY/TRY, EUR/TRY, JPY/TRY, CAD/TRY, and GBP/TRY) from the website named Investing between February 1998 and December 2019 (i.e. 262 observations). The sample of the study is determined as the currencies included in the International Monetary Fund's official foreign exchange reserves. We use EPU indexes of USA, AU, CN, EU and UK developed by Baker et al. (2016), the CN EPU index developed by Baker et al. (2016) and the JPN EPU index of Arbatli et al. (2019).

Table 1. Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test

Country	Data	Intercept		Trend and Intercept	
		t-Statistic	Probability	t-Statistic	Probability
USA	EPU	-12.10	0.00***	-12.08	0.00***
	USD/TRY	-13.67	0.00***	-13.71	0.00***
AU	EPU	-15.12	0.00***	-15.10	0.00***
	AUD/TRY	-14.91	0.00***	-15.06	0.00***
CN	EPU	-19.46	0.00***	-19.43	0.00***
	CNY/TRY	-14.04	0.00***	-14.11	0.00***
EU	EPU	-13.57	0.00***	-13.54	0.00***
	EUR/TRY	-14.76	0.00***	-14.86	0.00***
JPN	EPU	-13.56	0.00***	-13.56	0.00***
	JPY/TRY	-14.52	0.00***	-14.60	0.00***
CAN	EPU	-12.19	0.00***	-12.18	0.00***
	CAD/TRY	-14.09	0.00***	-14.23	0.00***
UK	EPU	-15.84	0.00***	-15.83	0.00***
	GBP/TRY	-15.18	0.00***	-15.26	0.00***

Notes: *** denote significance at the levels of 1%.

Second, we calculate monthly changes in the EPU indexes and the returns of the exchange rates as follows:

$$R_t = (\ln V_t - \ln V_{t-1}) \times 100 \quad (5)$$

where R_t denote changes and returns for EPU indexes and exchange rates, respectively, V_t and V_{t-1} the value of EPU indexes or exchange rates at time t and $t-1$, and \ln the natural logarithm.

Since the nonparametric causality-in-quantiles approach requires the stationary data (Özkan, 2020), we first examine the stationarity status of the data sets used in the paper with the (ADF) unit root test. Table 1 clearly indicate that all data sets are stationary and suitable for the test.

We present the descriptive statistics of the changes in exchange rates and changes of EPU indexes in Table 2. With a quick glance to standard deviation values, we can see the EPU index changes of each country more volatile than corresponding Turkish changes in exchange rates. Mean values of the Turkish changes in exchange rates demonstrate that the CNY/TRY

exchange rate has the highest monthly average return, while the GBP/TRY exchange rate has the lowest monthly average return.

Standard deviation values of the Turkish changes in exchange rates show that the JPY/TRY exchange rate has the highest volatility whereas the AUD/TRY exchange rate has the lowest. The distribution of the changes of AU's, JPN's, and UK's EPU indexes are negatively skewed while the other EPU indexes changes and all Turkish changes in exchange rates are positively skewed.

Kurtosis values demonstrate that all EPU indexes and exchange rates used the paper have excess kurtosis. These results indicate that data sets of this paper are not normally distributed. The non-normality of the series used the paper is also confirmed by test statistics of the JB test.

The returns and changes distribution features also confirm the choice of using approach in this paper.

Table 2. Descriptive statistics

Country	Data	n	Mean	S.D.	Min.	Max.	Skew.	Kur.	JB
USA	EPU	262	0.25	27.41	-91.89	107.65	0.52	4.78	46.34***
	USD/TRY	262	1.24	4.93	-10.38	34.67	2.01	14.03	1503.93***
AU	EPU	262	0.05	39.19	-166.78	125.20	-0.05	3.93	9.60***
	AUD/TRY	262	1.25	4.56	-10.97	29.98	1.79	11.46	920.20***
CN	EPU	262	0.85	54.33	-176.69	194.66	0.01	4.02	11.38***
	CNY/TRY	262	1.31	4.88	-10.38	34.60	1.99	14.26	1555.85***
EU	EPU	262	0.45	24.20	-80.82	107.08	0.40	4.74	40.22***
	EUR/TRY	262	1.25	4.91	-14.09	33.20	1.77	12.72	1168.24***
JPN	EPU	262	-0.17	19.28	-59.81	53.96	-0.21	3.59	5.80*
	JPY/TRY	262	1.30	5.85	-12.57	33.77	1.47	8.89	472.37***
CAN	EPU	262	0.37	28.47	-80.87	96.73	0.20	3.58	5.79*
	CAD/TRY	262	1.25	4.61	-10.21	29.61	1.81	12.30	1087.80***
UK	EPU	262	0.50	32.12	-152.30	105.53	-0.17	4.78	35.82***
	GBP/TRY	262	1.16	5.08	-13.44	33.38	1.55	11.43	880.42***

Notes: *** and * denote significance at the levels of 1% and 10% respectively. n, S.D., Min., Max., Skew., Kur., and JB stands for the number of observations, standard deviation, minimum, maximum, Skewness, Kurtosis, and Jarque-Bera, respectively.

Before proceeding to the test, we analyze the causality running from changes in EPU's to Turkish changes in exchange rates using the linear Granger causality test and report the results in Table 3. The results show that the changes in the EPU indexes of the US and the UK are the Granger cause of the USD/TRY and GBP/TRY changes in exchange rates, respectively. According to other results in Table 3, we see that there is no linear Granger causality among other variables.

Table 3. Linear Granger Causality Test

	Lag Length	Statistic Value	Probability
USA EPU=> USD/TRY	7	20.21	0.00***
AU EPU≠> AUD/TRY	2	0.22	0.89
CN EPU≠> CNY/TRY	2	0.29	0.86
EU EPU≠> EUR/TRY	3	0.38	0.94
JNP EPU≠> JPY/TRY	3	0.55	0.91
CAN EPU≠> CAD/TRY	4	3.21	0.52
UK EPU=> GBP/TRY	2	5.75	0.06*

Notes: *** and * denote significance at the levels of 1% and 10%, respectively.

Determining whether the results of the test are valid is possible by examining whether there is a nonlinear structure in the series. For this purpose, we use the Brock-Dechert-

Scheinkman (BDS) test of Brock et al. (1996) on the residuals of both AR(1) and VAR(1) models as Das et al. (2018) and report the test results in Table 4. These results clearly show that there are nonlinear structures in the whole return series and the linear test results are not valid.

Table 4. BDS Test Statistic

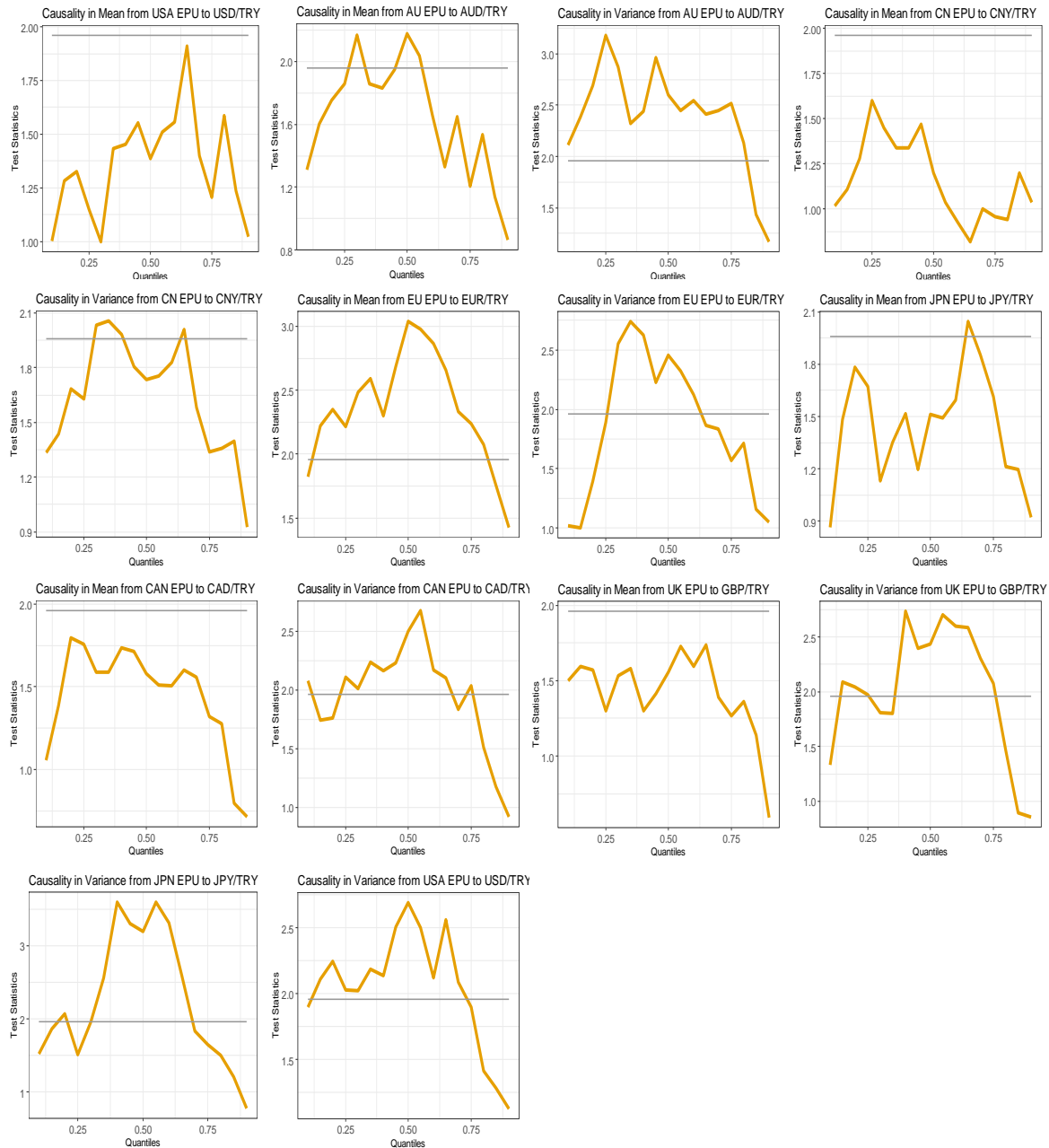
Exchange Rate	M				
	2	3	4	5	6
Panel A: AR(1) Model					
USD/TRY	3.48***	4.55***	4.97***	4.92***	5.12***
AUD/TRY	2.13**	3.47***	4.42***	4.73***	5.37***
CNY/TRY	3.84***	4.99***	5.58***	5.64***	5.92***
EUR/TRY	3.83***	5.67***	6.38***	6.76***	7.28***
JPY/TRY	2.69***	2.88***	2.72***	2.61***	2.71***
CAD/TRY	2.71***	4.09***	4.99***	5.36***	5.84***
GBP/TRY	2.39**	4.31***	4.71***	5.00***	5.54***
Panel B: VAR(1) Model					
USD/TRY	2.14**	3.24***	3.83***	3.78***	3.98***
AUD/TRY	2.30**	3.54***	4.46***	4.62***	5.26***
CNY/TRY	2.59***	3.93***	4.67***	4.74***	4.95***
EUR/TRY	3.83***	5.58***	6.39***	6.73***	7.22***
JPY/TRY	2.60***	2.87***	2.73***	2.57***	2.57***
CAD/TRY	2.07**	3.28***	4.205***	4.59***	4.92***
GBP/TRY	2.53**	4.54***	5.06***	5.40***	5.89***

Notes: m represents the number of dimensions. *** and ** indicates rejection of independent and identically distributed residuals at 1% and 5% significance levels, respectively. This part of this paper presents the results of the nonparametric test between Turkish changes in exchange rates and changes in the EPU indexes. The test allows analyses of the causality not only in mean but also variance (Bhatia et al., 2018).

Figure 1 shows the results obtained from the nonparametric causality-in-quantiles test for Turkish changes in exchange rates and squared returns (i.e. volatility) from the changes in the EPU indexes over the quantile-range of 0.10 to 0.90. The horizontal line indicates a value of 1.96 which is the critical value of the 5% significance level. The value of the test statistic above the horizontal line indicates the rejection of the null hypothesis that EPU does not cause changes in exchange rates or volatility in the relevant quantile. In Figure 1, the graphs on the left show causality in mean, and graphs on the right show causality in variance. When we look at the causality in mean charts, we see that the EPU's of AU, EU and JPN have a predictive effect on the AUD/TRY, EU/TRY and JPY/TRY changes in exchange rates in the quantiles between 0.26-0.30 and 0.45-0.55, 0.12-0.80 and 0.63-0.67, respectively. The EPU's of the other countries have no causal effect on the corresponding Turkish changes in exchange rates at a 5% significance level.

While linear Granger causality test results show that there is causality from the changes in the EPU indexes of the US and the UK to the USD/TRY and GBP/TRY changes in exchange rates, respectively, the test shows that there is no causality between these variables. This result clearly shows that using the linear test with the data containing nonlinear structures will give inaccurate results.

Figure 1. Causality in mean and variance results from EPU indexes to Turkish exchange rates



Note: The horizontal line represents the critical value of the 5% significance level (i.e., 1.96).

When we look at the causality in variance charts in Figure 1, we see the causality from the changes in the EPU index of the US to the USD/TRY exchange rate volatility between 0.10-0.75 quantiles. This result shows that the USD/TRY exchange rate volatility can be predicted by examining the changes in the EPU index of the US. The AU chart shows us that there is a causality between 0.10 and 0.85 quantiles from the changes in the EPU index of AU to the AUD/TRY exchange rate volatility. That is, the EPU index of AU can be used to forecast the AUD/TRY exchange rate volatility. The CN chart shows that the changes in the EPU index of CN have a predictive effect on the CNY/TRY exchange rate volatility from 0.27 to 0.40 and from 0.62 to 0.65 quantiles. Therefore, we can say that the EPU of CN can be used to estimate the volatility of the CNY/TRY exchange rate.

Causality in variance from EU EPU to EUR/TRY chart clearly shows that the EU's EPU changes between 0.25 and 0.63 quantities affect EUR/TRY exchange rate volatility. Those who want to estimate the EUR/TRY exchange rate volatility can closely monitor the changes in the EPU index of the EU. If we look at the chart showing the analysis result for JPN, we see that the causality from the changes in the EPU index of JPN to the volatility of the JPY/TRY exchange rate between 0.30 and 0.70 quantities. This result indicates that the JPY/TRY exchange rate volatility can be predicted by examining the changes in the EPU of JPN. The CAN chart shows us that there is causality in the middle quantiles from the CAN's EPU index changes to the CAD/TRY exchange rate volatility. That is, the EPU index of CAN can be used to forecast the volatility of the CAD/TRY exchange rate. When we look at the chart of the causality in variance from UK EPU to GBP/TRY, we can see that the results obtained for CAN are also valid for the UK. In short, the causality in variance charts indicate that EPUs of all mentioned countries have causal effects on the volatility of the relative Turkish exchange rates in various quantities. With these results, we can say that EPUs are an important indicator to predict the volatility of Turkish Exchange rates.

Conclusion

This study investigates the effects of economic political uncertainty on returns and volatility of the Turkish Exchange rates with the nonparametric causality-in-quantiles test. In this study, we use the monthly data covers the period from February 1998 and December 2019 of EPU indexes of seven countries and their currencies relative to the Turkish Lira. In the first step of the paper, we calculate the changes in the EPU indexes and the returns of the Turkish exchange rates. In the second stage of the paper, we investigate the stationary status of the change and return series with the ADF unit root test and find that the change and return series are stationary. In the third step, we examine the causality running from changes in EPUs to Turkish changes in exchange rates with the linear Granger causality test and find that the EPUs of the US and the UK affect the USD/TRY and GBP/TRY changes in exchange rates, respectively. In the fourth stage of the paper, we investigate the linearity of the Turkish changes in exchange rates with the BDS test and find that there are nonlinear structures in the whole return series. In the last stage of the paper, we apply the test of Balcilar et al. (2018) to determine the effects of changes in each EPU index on relative Turkish changes in exchange rates and volatility.

The results of the causality in mean demonstrate that the AU's EPU, EU's EPU and JPN's EPU have a predictive effect on the AUD/TRY, EU/TRY, and JPY/TRY changes in exchange rates in different quantiles, respectively. The same effect is not found for other countries' EPUs. These results show that the EPUs of AU, EU, and JPN can be used to predict returns of Turkish exchange rates relative to these countries' currencies. The results of the causality in variance, on the other hand, show that there is causality running from the changes in the EPUs of all mentioned countries to the volatility of the related Turkish exchange rates. The results obtained from the causality in variance charts reveal that EPUs are an important indicator to predict the Turkish Exchange rates volatility. These results help investors, firms, policy makers in their decisions. This study, as in the studies of Krol (2014), Balcilar et al. (2016), Kido (2016), Beckmann and Czudaj (2017), Dai et. al. (2017), Bartsch (2018), Juhro and Phan (2018), Liming et al. (2019), Olanipekun et al. (2019), reveals that EPUs can be an important indicator to forecast both changes in exchange rates and volatility. Future studies to be performed for the creation of EPU index showing continuity and easily accessible to everyone for Türkiye. Also, some studies can be carried out on the effects of the EPU index that will be created to Türkiye on the Turkish exchange rates or the other Turkish financial assets.

References

Aksoy, A. & Tanrioven, C. (2007). *Sermaye Piyasası Yatırım Araçları ve Analizi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

- Apergis, N., Bonato, M., Gupta, R. & Kyei, C. (2018). Does Geopolitical Risks Predict Stock Returns and Volatility of Leading Defense Companies? Evidence from a Nonparametric Approach. *Defence and Peace Economics*, 29(6), 684-696.
- Arbatli, E. C., Davis, S. J., Ito, A. & Miake, N. (2019). Policy Uncertainty in Japan. *NBER Working Paper*, No, 23411.
- Arrow, K. J. (1968). Optimal Capital Policy and Irreversible Investment. in J. N. Wolfe (ed.), *Value, Capital, and Growth*, University of Chicago Press, 1-20.
- Aslan, Ç. & Akpiliç, F. (2022). Döviz Kuru Belirsizliklerinin Türkiye'nin Teknoloji İçeriğine Göre Sınıflandırılan Ürünlerin İhracat Akımlarına Etkileri: Panel Ardl Analizi. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1) , 90-108.
- Baker, S. R., Bloom, N., & Davis, S. J. (2016). Measuring Economic Policy Uncertainty. *The Quarterly Journal of Economics*, 131(4), 1593-1636.
- Bal, H., Akca, E. E., & Demiral, M. (2017). The Influences of Exchange Rate Changes on Turkey's Trade with the European Union. *Kahramanmaraş Sütçü İmam University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 7(2), 61-82.
- Balcilar, M., Gupta, R., Kyei, C., & Wohar, M. E. (2016). Does Economic Policy Uncertainty Predict Exchange Rate Returns and Volatility? Evidence from a Nonparametric Causality-in-Quantiles Test. *Open Economies Review*, 27(2), 229-250.
- Balcilar, M., Gupta, R., Nguyen, D. K., & Wohar, M. E. (2018). Causal Effects of the United States and Japan on Pacific-Rim Stock Markets: Nonparametric Quantile Causality Approach. *Applied Economics*, 50(53), 5712-5727.
- Bartsch, Z. (2018). Economic Policy Uncertainty and Dollar-Pound Exchange Rate Return Volatility. *Journal of International Money and Finance*, 98, 1-17.
- Beckmann, J., & Czudaj, R. (2017). Exchange Rate Expectations and Economic Policy Uncertainty. *European Journal of Political Economy*, 47, 148-162.
- Bernanke, B. S. (1983). Irreversibility, Uncertainty, and Cyclical Investment. *Quarterly Journal of Economics*, 98(1), 85-106.
- Bhatia, V., Das, D., Tiwari, A. K., & Shahbaz, M. (2018). Do Precious Metal Spot Prices Influence Each Other? Evidence from a Nonparametric Causality-in-Quantiles Approach. *Resources Policy*, 55, 244-252.
- Boyacioglu, M. A., & Curuk, D. (2016). Effect of Foreign Exchange Rate Changes to the Stock Returns: An Application on the Istanbul Stock Exchange 100 Index. *The Journal of Accounting and Finance*, 70, 143-156.
- Brock, W., Dechert, D., Scheinkman, J., & LeBaron, B. (1996). A Test for Independence Based on the Correlation Dimension. *Econometric Reviews*, 15(3), 197-235.
- Dai, Y., Zhang, J., Yu, X., & Li, X. (2017). Causality Between Economic Policy Uncertainty and Exchange Rate in China with Considering Quantile Differences. *Theoretical and Applied Economics*, 24(3), 29-38.
- Das, D., Kumar, S. B., Tiwari, A. K., Shahbaz, M., & Hasim, H. M. (2018). On the Relationship of Gold, Crude Oil, Stocks with Financial Stress: A Causality-in-Quantiles Approach. *Finance Research Letters*, 27, 169-174.
- Daştan, M. & Karabulut, K. (2022). Küresel Ekonomik Politika Belirsizliklerinin Makroekonomik Aktivite Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 36 (1), 133-142.

- Davis, S. J., Liu, D., & Sheng, X. S. (2019). Economic Policy Uncertainty in China since 1949: The View from Mainland Newspapers. *Working Paper*, Mimeo.
- Demir, E., & Ersan, O. (2018). The Impact of Economic Policy Uncertainty on Stock Returns of Turkish Tourism Companies. *Current Issues in Tourism*, 21(8), 847-855.
- Dumrul, C. & Gokalp, K. H. (2022). Döviz Kuru Oynaklığının İhracata Etkisi: Türkiye Ekonomisi İçin Ekonometrik Bir Analiz. *Business and Economics Research Journal*, 13(1), 11-30.
- Ermisoglu, E., & Kanik, B. (2013). Turkish Economic Policy Uncertainty Index. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Working Paper*, No, 49920.
- Ghosh, T., Sahu, S., & Chattopadhyay, S. (2021). Inflation Expectations of Households in India: Role of oil prices, *Economic Policy Uncertainty*, and *Spillover of Global Financial Uncertainty*. *Bulletin of Economic Research*, 73(2), 230-251.
- Gürsoy, S. & Zeren, F. (2022). Ekonomik Politika Belirsizliği ve Borsa İlişkisi: G7 Ve Bric Ülkeleri Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (61), 353-368.
- <http://data.imf.org> (Access date: 01.27.2022).
- <http://www.policyuncertainty.com> (Access date: 01.28.2022).
- <https://tr.investing.com> (Access date: 01.28.2022).
- Jeong, K., Härdle, W. K., & Song, S. (2012). A Consistent Nonparametric Test for Causality in Quantile. *Econometric Theory*, 28(04), 861-887.
- Jirasavetakul, L. F., & Spilimbergo, A. (2018). Economic Policy Uncertainty in Turkey. *International Monetary Fund Working Paper*, No, 18/272.
- Juhro, S. M., & Phan, D. H. B. (2018). Can Economic Policy Uncertainty Predict Exchange Rate and Its Volatility? Evidence from Asean Countries. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 21(2), 263-279.
- Kido, Y. (2016). On the Link between the US Economic Policy Uncertainty and Exchanges. *Economics Letters*, 144, 49-52.
- Korkmaz, O., & Gungor, S. (2018). The Impact of Global Economic Policy Uncertainty on Stock Returns of Selected Index Traded on Istanbul Stock Exchange. *Journal of Social Sciences of Mus Alparslan University*, 6(ICEESS'18), 211-219.
- Kostak, N. (2021). *Döviz Kuru Dalgalanmalarının Pay Senedi Piyasasına Etkisi: Markov Switching Model Uygulaması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Krol, R. (2014). Economic Policy Uncertainty and Exchange Rate Volatility. *International Finance*, 17(2), 241-256.
- Leduc, S., & Liu, Z. (2016). Uncertainty Shocks Are Aggregate Demand Shocks. *Journal of Monetary Economics*, 82(C), 20-35.
- Liming, C., Ziqing, D., & Zhihao, H. (2019). Impact of Economic Policy Uncertainty on Exchange Rate Volatility of China. *Finance Research Letters*, In Press.
- Nishiyama, Y., Hitomi, K., Kawasaki, Y., & Jeong, K. (2011) A Consistent Nonparametric Test for Nonlinear Causality-Specification in Time Series Regression. *Journal of Econometrics*, 165(1), 112-127.
- Olanipekun, I. O., Williams, G. O., & Gungor, H. (2019). Impact of Economic Policy Uncertainty on Exchange Market Pressure. *SAGE Open*, 9(3), 1-13.

- Özkan, O. (2020). *ABD'nin Ekonomik Politika ve Ticaret Politikası Belirsizlikleri ile Dolar-TL Kuru Arasındaki Nedensellik İlişkisi*. 19. Uluslararası İşletmecilik Kongresi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Özkan, O. (2020). Jeopolitik Risklerin Döviz Piyasaları Üzerindeki Etkileri: Parametrik Olmayan Kantil Nedensellik Testi ile BRICS-T Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(4), 611-628.
- Pindyck, R. S. (1988). Irreversible Investment, Capacity Choice, and the Value of the Firm. *American Economic Review*, 78(5), 969-85.
- Rodrik, D. (1991). Policy Uncertainty and Private Investment in Developing Countries. *Journal of Development Economics*, 36(2), 229-242.
- Sahinoz, S., & Cosar, E. E. (2018). Economic Policy Uncertainty and Economic Activity in Turkey. *Applied Economics Letters*, 25(21), 1517-1520.
- Tiryaki, H. N., & Tiryaki, A. (2019). Determinants of Turkish Stock Returns Under The Impact of Economic Policy Uncertainty. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 22, 147-162.
- Tumturk, O. (2017). Exchange Rate Pass-Through into Domestic Prices and Inflation Targeting in Turkey. *Journal of Management and Economics*, 24(3), 837-855.
- Yılmaz, T. (2022). Ekonomik Belirsizlik, Ham Petrol ve Altın Fiyatları, Temiz Enerji Şirketleri Borsa Endeksi Arasındaki Dinamik İlişkilerin İncelenmesi. F. Kalay (Ed.) İktisadi ve idari Bilimler Teori, Güncel Araştırmalar ve Yeni Eğilimler 4. İçinde (ss. 53-74). Karadağ: İVPE Yay.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.



Türkiye’de İnovasyon Faaliyetleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi

The Relationship of Innovation Activities and Economic Growth in Türkiye: Causality Analysis

Dr. Öğr. Üyesi İsmail Cem ÖZKURT¹

Öz

Bilgi her geçen gün önemini arttıran bir üretim faktörüdür. Bu faktörü elde edip geliştirebilmenin temeli ise inovasyon faaliyetlerine dayanmaktadır. Ekonomik büyümeyi sağlamak ülkelerin birincil hedefi olmakla birlikte artık bu hedefe ulaşmak sanayi yatırımları yerine bilgi ekonomisine dayalı üretimden geçmektedir. İktisat literatüründe teknolojiyi dışsal bir faktör olarak kabul eden dışsal büyüme modellerinin ülkeler arasındaki büyüme farklılıklarını açıklamada yetersiz kalması üzerine içsel büyüme teorileri olarak ifade edilen ve teknolojiyi içsel değişken olarak kabul eden teori literatürde yer almıştır. İlk olarak Schumpeter tarafından tanımlanan inovasyon, kullanılan teknolojilerin yerine yeni teknolojilerin geçmesi şeklinde tanımlanmış ve yaratıcı yıkım olarak ifade edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, ekonomik büyümede önemli rol oynadığı düşünülen inovasyon ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini ortaya koyabilmektir. Literatürde yer alan ekonometrik çalışmalarda genellikle ekonomik büyüme ve inovasyon faaliyetleri arasında karşılıklı nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla, bağımsız değişkenler olarak ise inovasyon faaliyetlerini temsilen Ar-Ge harcamaları, yüksek teknolojlü ürün ihracatı ve patent sayıları kullanılmıştır. Ekonometrik analizde VAR modeli, Johansen Eşbütünleşme Testi ve Toda-Yamamoto nedensellik analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; GSYİH ile patent sayıları arasında karşılıklı, Ar-Ge harcamalarından da ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Türkiye’de Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyümenin nedeni olarak bulunması bu harcamalarda sağlanacak artışların ekonomik büyümeyi arttıracığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Ar-Ge harcamaları, ekonomik büyüme, nedensellik analizi

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Information is a production factor that increases its importance day by day. The basis of obtaining and developing this factor is based on innovation activities. While achieving economic growth is the primary goal of countries, achieving this goal now requires production based on the knowledge economy instead of industrial investments. In the economic literature, the theory that accepts technology as an endogenous variable, which is referred to as endogenous growth theories, has been included in the literature since the exogenous growth models that accept technology as an exogenous factor are insufficient to explain the growth differences between countries. Innovation activities, first defined by Schumpeter, were defined as the replacement of previous technologies by new technologies and expressed as creative destruction. The aim of this study is to reveal the causality relationship between economic growth and innovation, which are thought to play an important role in economic growth. In the econometric studies in the literature, a reciprocal causality relationship has generally been found between economic growth and innovation activities. In the study, Gross Domestic Product was used as the dependent variable, and R&D expenditures, high technology product exports and numbers of patents were used as independent variables to represent innovation activities. In econometric analysis, VAR model, Johansen Cointegration Test and Toda-Yamamoto causality analysis were performed. According to the results obtained, there is a

¹Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, icozkurt@gmail.com

Atf için (to cite): Özkurt, İ. C. (2024). Türkiye’de inovasyon faaliyetleri ve ekonomik büyüme ilişkisi: Nedensellik analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 164-176.

reciprocal causality relationship between GDP and the number of patents and a unidirectional causality relationship from R&D expenditures to economic growth. The finding that R&D expenditures are the cause of economic growth in Türkiye leads to the conclusion that increases in these expenditures will increase economic growth.

Keywords: Innovation, R&D expenditures, economic growth, causality analysis

Paper Type: Research

Giriş

Tarih boyunca hem üretim süreci hem de bu sürecin temelini oluşturan üretim faktörleri değişim göstermiştir. Tarımsal üretimde temel üretim faktörü toprak iken sanayi ekonomisinin temel faktörü sermayedir. Bilgi ekonomisinin temel üretim faktörü ise bilgidir. Bu değişimler neticesinde artık beşinci bir üretim faktörü olarak teknoloji kabul edilmektedir. Ülkelerin gerçekleştirdikleri inovatif faaliyetlerin makroekonomik sonucu büyüme olurken mikroekonomik sonucu ise firmaların pazar paylarının ve kârlılıklarının artması olmuştur (Ayaydın, Çam, Barut ve Pala, 2018, s. 444).

Türk Dil Kurumu inovasyonun Türkçe anlamı olarak “yenileşim” kelimesini kabul etmiştir. İnovasyon, var olan bilgi birikiminin temel olarak alınmasıyla daha kaliteli, daha gelişmiş ve daha işlevsel yeni ürünlerin ortaya konulması, üretim süreçlerinin, örgütlenmelerin ve yönetim uygulamalarının geliştirilmesi olarak tanımlanmıştır (Tunçbilek ve Bayrakçı, 2017, s. 51).

İnovasyon kavramını ilk olarak kullanan Schumpeter (1934), inovasyon sonucu geliştirilen yeni teknolojilerin, eski teknolojilerin yerine geçeceğini savunmuş ve bu durumu “yaratıcı yıkım” olarak ifade etmiştir. Schumpeter’in katkılarıyla ekonomi literatüründe kendine yer bulan inovasyon kavramı yeni bir üretim fonksiyonu geliştirmek şeklinde tanımlanabilir. Daha geniş bir bakış açısı ile değerlendirildiğinde inovasyon, yeni bir ürün ortaya koymak, yeni pazarlar oluşturmak, yeni üretim yöntemleri keşfetmek, üretimde kullanılacak yeni kaynaklar keşfetmek ve yeni bir üretim organizasyonu geliştirmek olarak ifade edilebilir (Schumpeter, 1939, s. 84-85). Şhıpe ve Ramadani (2010)’ye göre inovasyon, yeni üretim teknikleri geliştirmek suretiyle verimliliğin artmasını sağlayan, yeni istihdam olanakları sağlayan, bireylerin yaşam kalitesinin artırılmasına yardımcı olan ve küresel problemlerin çözülmesine yardımcı olmak suretiyle ekonomik büyüme sürecine ciddi katkılarda bulunan önemli faktör olarak tanımlanmaktadır. Erkiletlioğlu (2013)’e göre inovasyon, mevcut pazarlara sosyal ve ekonomik ihtiyaçlara cevap verebilmesi amacıyla başarılı bir şekilde sunulabilen, mevcut pazarların yanı sıra yeni pazarlar yaratabilen, mal, hizmet, ürün, uygulama, yöntem veya iş modeli fikri olarak oluşturulan süreç veya süreçlerin sonuçları olarak tanımlanmaktadır. İnovasyon süreci, yeni bir yaratıcı fikrin ortaya çıkması ve yaratıcı fikrin hayata geçirilmesi şeklinde iki aşamadan oluşmaktadır.

Ekonomik büyüme devletlerin en önemli makroekonomik hedeflerinden birisidir. Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla, belirli bir zamanda üretilen tüm nihai ürünlerin piyasa değerine göre hesaplandığı önemli bir makroekonomik ölçüttür. Türkiye’de GSYİH büyüme oranları göz önüne alındığında dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Bu durum iktisatta önemli bir kavram olan sürdürülebilirlik kavramının önemini göstermektedir. Türkiye, 2006 yılından itibaren uygulamaya başladığı tam enflasyon hedeflemesi politikası ile temel makroekonomik hedef olarak enflasyonu seçmiştir. 2008 küresel finansal krizi ile birlikte sadece fiyat istikrarının değil hem finansal istikrar hem de sürdürülebilir büyümenin sağlanmasının önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır. Ekim 2021 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanan Türkiye Ekonomi Programı ise tamamen büyümeyi temel almaktadır. Bu durumda inovatif faaliyetlerin bu hedefin gerçekleştirilebilmesi konusundaki önemi bir kat daha artmaktadır.

Bu çalışmanın mevcut literatüre inovasyon ile Türkiye’de ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ortaya koyma yönünden katkıda bulunması beklenmektedir. Bilginin her geçen gün

artan kullanımı ve artık bir üretim faktörü olarak kabul edilmesi bilginin bir sonucu olan inovasyonun önemini arttırmaktadır. Uygulanmaya başlanan Türkiye Ekonomi Planı büyümeyi hedefleyen bir ekonomik yaklaşımdır. Büyüme ile inovasyon arasında literatürde yer alan pozitif ilişki nedeniyle Türkiye'nin ekonomik büyümesinde inovasyonun önemi daha da artacaktır. Son yıllarda Ar-Ge faaliyetlerinin GSYİH'ya oranında sağlanan artışlar bu önemin en büyük göstergesidir. Büyüme ile inovasyon arasındaki ilişkinin Türkiye açısından ortaya konulması, ileriki yıllarda birincil hedef olan büyümeyi sağlamada inovasyonun nasıl bir katkıda bulunabileceğini göstermesi açısından önemlidir.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde inovasyon ve ekonomik büyüme ilişkisi teorik açıdan ele alınmıştır. Teoride teknolojiyi içsel olarak kabul eden içsel büyüme teorisi açıklanmıştır. İkinci bölüm literatür taramasından oluşmaktadır. Üçüncü bölümde ekonometrik analizde kullanılan yöntem açıklanmıştır. Dördüncü bölüm ise bulgulardan oluşmaktadır. Bu bölümde öncelikle VAR analizi yapılmış daha sonra ise Johansen Eşbütünleşme Testi ve Toda-Yamamoto Nedensellik analizi yapılmıştır.

1. İnovasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

Solow'un (1956), ortaya attığı dışsal büyüme modeli ülkeler arasındaki ekonomik büyüme oranlarındaki farklılıkları açıklamada yetersiz kalmıştır. Dışsal büyüme modellerinde teknoloji dışsal bir faktör olarak kabul edilmiştir (Alper, 2017, s. 18). Devam eden teknolojik yenilikler sonucunda teknolojik gelişme ve yeniliklerin büyümeyi tam olarak açıklayamaması üzerine Romer (1986, 1990) ve Lucas (1988) tarafından içsel faktör olarak teknolojinin yer aldığı içsel büyüme teorileri ortaya konulmuştur. Romer (1986)'e göre uzun yıllara yayılan büyümenin temelinde Ar-Ge faaliyetleri sonucunda oluşan teknolojik yenilikler bulunmaktadır. Buna göre ekonomik büyüme ile inovasyon ve Araştırma-Geliştirme arasında bir korelasyon söz konusudur (Gülmez ve Akpolat, 2014, s. 4). Romer'e göre, Araştırma-Geliştirme faaliyetlerinden elde edilen ilerlemeler sonucunda yeni ürünler veya üretim süreçleri piyasaya sürülecek bunlardan yararlanan diğer firmalar da "yayılma etkisinin" ortaya çıkmasına neden olacaktır. Yayılma etkisi sonucunda ekonomik büyüme gerçekleşecektir (Ercan, 2000, s. 131).

İçsel büyüme teorileri, teknolojik gelişmelere yer vermekle birlikte, bu gelişmeleri artık bakiye olarak ifade eden Neoklasik büyüme teorisinden temel olarak üç noktada ayırır. Bunlardan birincisi, ekonomik büyüme sistemin içindeki unsurların bir sonucu olarak gerçekleşmektedir. İkinci nokta, teknolojik gelişme ekonomik sistemin içinde olduğundan dışsal değildir. Üçüncü ayrıştığı nokta ise diğer büyüme modellerinde tam rekabet piyasasının geçerliliği kabul edilmişken içsel büyüme modellerinde aksak rekabet piyasasının geçerli olduğu kabul edilmektedir.

İnovasyon sonucunda üretim süreçleri, üretim yöntemleri ve işgücü verimliliği konusunda olumlu gelişmeler yaşanmaktadır. Firmaların kârlılığını olumlu yönde etkileyen bu gelişmeler aynı zamanda firmaların rekabet güçlerinin artarak zamanla monopol gücüne erişmelerine imkân tanımaktadır. Olumsuz etki ise istihdam piyasasında gerçekleşmektedir. İnovasyon sonucu üretim süreçlerinin teknoloji kullanımının artması işgücüne olan talebin azalmasına yol açmaktadır. İşgücü talebinin azalması uzmanlık gerektirmeyen sektörler ya da üretim yöntemleri konusunda olurken nitelikli işgücüne olan talep ise artmaktadır.

Ülkelerin inovasyon faaliyetlerinin büyüklüklerini ölçmeye yönelik çeşitli değişkenler kullanılmaktadır. Bunlardan bazıları, Ar-Ge harcamaları, araştırmacı sayısı, ileri teknolojiye dayalı ürünlerin ihracat miktarları, araştırmacı sayısı, eğitim ve patenttir. İnovasyon çalışmalarında Ar-Ge harcamaları bir girdi olarak kabul edildiğinde patent çıktısı oluşturmaktadır (Saygılı, 2003, s. 89). İleri teknolojiye sahip ürün ise laboratuvarında başlayan inovatif faaliyetlerin ürün haline gelmiş son noktasını temsil etmektedir. Ülkelerin ileri teknolojiye sahip ürünleri üretebilme kapasitesi o ülkenin inovasyon faaliyetlerindeki başarısının bir göstergesidir.

2. Literatür

İktisat literatüründe, inovasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda aralarında pozitif bir ilişki tespit eden çalışmalar çoğunlukta olmakla birlikte az sayıdaki çalışmada aralarında negatif ya da herhangi bir ilişki bulunmayan sonuçlar da elde edilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde öncelikle inovasyon ve ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulan çalışmalara yer verilmiştir.

Ulku (2004), OECD üyesi 20 ve OECD üyesi olmayan 10 ülkenin 1981-1997 döneminde Araştırma-Geliştirme ve patent verilerini kullanarak Ar-Ge temelli büyüme modellerinin doğruluğu analiz etmiştir. Tüm ülke gruplarında kişi başı GSYİH ile inovasyon arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Falk (2007), 1970-2004 döneminde, OECD üyesi ülkelerde, Araştırma-Geliştirme harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmıştır. Yapılan GMM analizi sonucunda, ticari işletmelerin Araştırma-Geliştirme harcamalarının GSYİH’ye, ileri teknoloji sektöründeki Araştırma-Geliştirme harcamalarının payının kişi başı ve saatlik GSYİH üzerinde uzun vadede güçlü olumlu ilişkileri olduğu tespit edilmiştir.

Goel, Payne ve Ram (2007), ABD’de 1953-2000 döneminde Araştırma-Geliştirme harcamalarının büyüme üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Yazarlar, Araştırma-Geliştirme harcamalarını federal Araştırma-Geliştirme harcamaları, federal olmayan Araştırma-Geliştirme harcamaları ve savunma Araştırma-Geliştirme harcamaları olarak üçe ayırmışlardır. Yapılan ARDL analizi sonucunda ekonomik büyümede federal Araştırma-Geliştirme harcamalarının federal olmayan harcamalara göre daha büyük rol oynadığı, savunma amaçlı Araştırma-Geliştirme harcamalarının ise federal olmayan Araştırma-Geliştirme harcamalarına göre büyümede daha güçlü bir rol oynadığını tespit etmişlerdir.

Genç ve Atasoy (2010), 1997-2008 döneminde 34 ülkede Araştırma-Geliştirme harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki panel nedensellik analizi yöntemiyle test edilmiştir. Sonuçlara göre, Araştırma-Geliştirme harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Korkmaz (2010) çalışmasında, Türkiye’de 1990-2008 döneminde Araştırma-Geliştirme harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki Johansen eşbütünleşme testi ile incelenmiştir. Sonuçta değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi bulunmuş ve değişkenlerin uzun vadede birbirlerini etkiledikleri tespit edilmiştir.

Yaylalı, Akan ve Işık (2010), Araştırma-Geliştirme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1990-2009 dönemi için analiz etmişlerdir. Nedensellik analizi sonucunda uzun dönemde Araştırma-Geliştirme yatırım harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Gülmez ve Yardımcıoğlu (2012), OECD üyesi 21 ülkede Araştırma-Geliştirme harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki panel eşbütünleşme ve nedensellik analizi ile test edilmiştir. Değişkenler arasında uzun dönemli bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Buna göre Araştırma-Geliştirme harcamalarındaki %1’lik bir artış ekonomik büyümeyi uzun dönemde %0,77 oranında arttırmaktadır. Nedensellik analizine göre, Araştırma-Geliştirme harcamaları ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde karşılıklı nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Güloğlu ve Tekin (2012), 1991-2007 döneminde OECD üyesi 13 yüksek gelirli ülkenin inovasyon, Araştırma-Geliştirme harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, Araştırma-Geliştirme ile ekonomik büyüme ve inovasyon arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki varken ekonomik büyüme ile inovasyon arasında da benzer bir ilişki bulunmuştur. Panel Granger nedensellik testi sonuçlarına göre, Araştırma-Geliştirme yatırımları teknolojik değişime ve ekonomik büyümeye neden olmaktadır.

Göçer (2013), 1996-2012 döneminde, Asya kıtasında yer alan 11 ülkede Araştırma-Geliştirme harcamalarının, toplam ihracat ve ileri teknoloji ürün ihracatının dış ticaret dengesi ve ekonomik büyüme üzerindeki etkileri panel veri analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sonuçta, Araştırma-Geliştirme harcamalarındaki %1'lik bir artışın; bilgi-iletişim teknolojileri ihracatını %0,6, yüksek teknoloji ürün ihracatını %6,5 ve ekonomik büyümeyi de %0,43 oranında arttırdığı tespit edilmiştir.

Hunady ve Orviska (2014), 1999-2011 döneminde AB üyesi ülkelerin Araştırma-Geliştirme harcamaları, inovasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri panel regresyon analizi yöntemiyle test edilmiştir. AB ülkelerinde Araştırma-Geliştirme harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. Birlik ülkeleri arasındaki teknoloji yayılımının doğrudan yabancı yatırımları da olumlu etkileyebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Işık (2014) Türkiye'de, 1990:1-2010:4 döneminde patent harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki Granger Nedensellik ve Eşbütünleşme testleriyle incelenmiştir. Sonuçta patent başvurularından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Kısa vadede patent harcamalarındaki bir artışın ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Bozkurt (2015) Türkiye'de, 1998-2013 döneminde GSYİH içinde Araştırma-Geliştirme harcamalarının oranı ve kişi başı GSYİH miktarları arasında nedensellik ilişkisi Johansen Eşbütünleşme ve vektör hata düzeltme modelleri kullanılarak test etmiştir. Sonuçlara göre, ekonomik büyümeden Araştırma-Geliştirme'ye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. Araştırma-Geliştirme'nin GSYİH içindeki oranı %1 arttığında büyüme oranı %0,2630 oranında artmaktadır.

Dam ve Yıldız (2016), BRICS-TM ülkelerinde 2000-2012 döneminde Araştırma-Geliştirme ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisi panel veri analizi yöntemiyle test edilmiştir. GSYİH'daki yüzde değişim, kamu ve özel sektör toplam Araştırma-Geliştirme harcamalarının GSYİH içindeki payı ve yerli ve yabancı toplam patent sayılarının değişken olarak kullanıldığı analiz sonucuna göre; Araştırma-Geliştirme ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Ballı (2017), üst ve üst-orta gelir grubundaki ülkelerde, 1999-2014 döneminde, inovasyon göstergeleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki panel nedensellik analizi ile test edilmiştir. Analize dâhil olan ülkelerde ekonomik büyümeyi pozitif ve anlamlı yönde etkileyen değişkenler olarak; Araştırma-Geliştirme faaliyetlerine bütçeden ayrılan pay, patent başvuru sayısı, doğrudan yabancı yatırımlar, ihracat düzeyleri ve beşeri sermaye bulunmuştur. Panel nedensellik analizi sonuçlarına göre, Araştırma-Geliştirme harcamaları ile patent başvuru sayısı, ihracat düzeyleri, GSYH ve beşeri sermaye arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Yıldız (2018), 1998-2013 döneminde Türkiye ve 15 AB üyesi ülkenin Teknolojik İnovasyon Endeksi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi panel ARDL modeliyle test etmiştir. Analiz sonuçlarına göre, Avrupa Birliği ülkelerinde Teknolojik İnovasyon Endeksi ekonomik büyümeyi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Ancak bu sonuç Türkiye açısından elde edilememiştir.

Çimen ve Sağlam (2019), 28 Avrupa ülkesinin 2000-2017 döneminde Araştırma-Geliştirme harcamalarının, devlet, işletme, özel kâr amacı gütmeyen sektörler ve yükseköğretim için performansı VAR Analizi ile incelenmiştir. Sonuçlara göre, inovasyon ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ekonomik büyümeye en fazla katkıda bulunan sektörün ticari işletme sektörü olduğu ve en içsel faktörün özel kâr amacı olmayan sektör olduğu tespit edilmiştir.

Altıntaş (2020), 2008-2019 döneminde G20 ülkelerinde Küresel İnovasyon Endeksi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelediği çalışması sonucunda inovasyon ile ekonomik büyüme arasında anlamlı, pozitif ve yüksek seviyede ilişki tespit etmiştir.

Kesbiç ve Şimşek (2020) 2000-2018 döneminde OECD üyesi 33 ülkede inovasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Analizlerinde inovasyon göstergesi olarak patent başvuru sayısı ve GSYİH değişkenlerini kullanmışlardır. Nedensellik analizi sonucunda değişkenler arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Elverdi ve Atik (2021) Küresel İnovasyon Endeksi’ne sahip 127 ülkede inovasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) yöntemiyle analiz etmişlerdir. Elde edilen sonuca göre, inovasyon ekonomik büyümeyi oldukça güçlü ve pozitif yönde etkilemektedir.

Özbay, Arıcan ve Oğuztürk (2021), Çin Rüyası olarak ifade edilen Çin’in ekonomik büyümesinde inovasyonun rolünü 1986-2018 dönemi için analiz etmişlerdir. Sonuçlara göre, büyüme ile Araştırma-Geliştirme harcamaları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Sezgin ve Budak (2022) yükselen ekonomilerde teknolojik gelişmenin ekonomik büyümeye etkisini incelemişlerdir. Analizden elde edilen sonuçlara göre, Araştırma-Geliştirme harcamaları ve patent başvuruları GSYİH’ı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

İnovasyon ile ekonomik büyüme arasında herhangi bir ilişki bulunmayan veya negatif ilişki bulan çalışmalardan ilki Slywester (2001) çalışmasıdır. Çalışmada, Araştırma-Geliştirme ile kişi başı çıktı büyüme oranı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma-Geliştirme harcamalarına çok pay ayıran ülkelerin daha hızlı mı büyüdükleri sorusuna yanıt aranmaya çalışılmıştır. Çok değişkenli regresyon modeli kullanılarak 20 OECD ülkesini kapsayan analizden elde edilen sonuca göre, Araştırma-Geliştirme ile ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki bulunmamıştır. Sadece G-7 ülkelerinde sanayi Araştırma-Geliştirme harcamaları ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Samimi ve Alerasoul (2009), 2000-2006 döneminde gelişmekte olan 30 ülkede panel regresyon analizi yapmışlardır. Araştırma amacıyla devlet tarafından yapılan harcamaların GSYİH içindeki oranı, bir milyon nüfus içindeki araştırmacı sayısı ve ülkelerin bilimsel çıktılarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi araştırılmış sonuçta bu değişkenlerin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Shukla (2017) çalışmasında Hindistan Ekonomisi’nin son yıllardaki büyümesinde inovasyonun rolü incelemiştir. GSYİH büyüme hızı, kişi başı GSYİH büyüme hızı, Araştırma-Geliştirme harcamaları, eğitim harcamaları ve patent başvurularının değişken olarak kullanıldığı zaman serisi analizi sonuçlarına göre Hindistan Ekonomisi büyüdükçe Araştırma-Geliştirme harcamaları azalacak, eğitim harcamaları azalacak, doğrudan yabancı yatırım azalacak ve patent başvuru sayısı azalacaktır. Değişkenler arasındaki negatif korelasyonu politika yapıcıların dikkate alması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

3. Yöntem

Çalışmada Türkiye’de inovasyon faaliyetlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz edebilmek amacıyla VAR analizi, Johansen Eşbütünleşme Testi ve Toda-Yamamoto nedensellik analizi yapılmıştır. Çalışma 1990-2020 döneminde yıllık verilerden oluşmaktadır. Çalışmada ekonomik büyümeyi temsilen Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla, inovasyon göstergeleri olarak da toplam Araştırma-Geliştirme harcamaları, yüksek teknoloji ürünü ihracatı ve patent sayıları ele alınmıştır. Veriler Dünya Bankası, OECD İstatistik Veri Tabanı ve Türk Patent ve Marka Kurumu’ndan elde edilmiştir. Çalışmada yer alan değişkenler doğrusallaştırılarak normal dağılıma yaklaştırmak ve analizlerden elde edilen sonuçların daha tutarlı olmasını sağlamak amacıyla logaritmaları alınarak analize dâhil edilmişlerdir.

Vektör otoregresyon (VAR), birbiriyle ilişkili değişkenlerin birlikte nasıl hareket ettiğini açıklayan ve model üzerinde yapısal herhangi bir kısıtlama olmadan aralarındaki dinamik ilişkileri tanımlayan ve zaman serilerine dayalı analizlerde sıklıkla kullanılan bir sistemdir (Tarı ve Bozkurt, 2006). Çalışmada zaman serisi kullanılmıştır. Zaman serisinde kullanılan model şöyledir;

$$Gdp_t = \beta_0t + \beta_1t Arge_t + \beta_2t Ihr_t + \beta_3t Patent_t + \mu_t \quad (1)$$

1 numaralı denklemde Gdp bağımlı değişken olarak Gayri Safi Yurtiçi Hasılayı, Arge, araştırma geliştirme harcamalarını, Ihr, yüksek teknolojlü ürün ihracatını ve Patent ise patent başvuru sayılarını göstermektedir. μ modelin hata terimini t ise zaman periyodunu göstermektedir.

4. Bulgular

Zaman serisi analizlerinde birim kök testleri serilerin durağanlıklarını sınamak amacıyla kullanılmaktadır. Durağan olmayan serilerle yapılan analizler sahte regresyon sorunu ortaya çıkarabilir. Böyle bir durumda tahmin sonuçları hatalı ve güvenilir olmamaktadır. Sahte regresyon sorununun ortadan kaldırılabilmesi için düzey değerde durağan olmayan serilerde fark alma işlemi yapılarak durağanlık sağlanmaktadır. Çalışmada ADF ve PP birim kök testleri yapılmıştır. Boş hipotezin ret edilmesi halinde serilerin durağan olduğu sonucu elde edilmektedir. Serilerin durağan olmamaları halinde elde edilen sonuçlar ile ele alınan değişkenler arasında bir ilişkiden söz edilemez. Durağanlık sınavında 0,05 anlamlılık düzeyi temel alınmıştır. Birim kök test sonuçları Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. ADF ve PP birim kök testleri

ADF Birim Kök Testi				
Değişkenler	Düzy	Olasılık	Düzy	Olasılık
LNGDP	-1.233478 (-3.568379)	0.8849	-5.327301* (-3.574244)	0.0009
LNPATENT	-2.489861 (-3.574244)	0.3302	-4.075956** (-3.574244)	0.0170
LNIHR	-2.757464 (-3.574244)	0.2230	-13.55868* (-3.574244)	0.0000
LNARGE	-3.312786*** (-3.568379)	0.0835	-6.806976* (-3.574244)	0.0000
PP Birim Kök Testi				
LNGDP	-1.520230 (-3.568379)	0.7998	-5.333883* (-3.574244)	0.0009
LNPATENT	-2.085018 (-3.568379)	0.5329	-4.091228** (-3.574244)	0.0164
LNIHR	-1.916877*** (-1.952473)	0.0539	-16.69505* (-3.574244)	0.0000
LNARGE	-2.965986 (-3.568379)	0.1578	-7.086056* (-3.574244)	0.0000

* 0,01 anlamlılık düzeyini, ** 0,05 anlamlılık düzeyini, *** 0,10 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir. Parantez içindeki değerler 0,05 anlamlılık düzeyindeki kritik değerlerdir.

ADF ve PP birim kök testlerinde sabitli ve trendli modeller kullanılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde Ar-Ge değişkeninin düzeyde 0,10 anlamlılık düzeyinde durağan olduğu görülmektedir. Ancak Prob değeri analizde göz önüne alınan 0,05 anlamlılık düzeyinden büyük olduğu için değişkende fark alma işlemi yapılmıştır. Aynı durum IHR değişkeninin PP analizi için de geçerlidir. Değişkenlerin birinci farkı alındığında her iki testte de 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde durağan olduğu görülmektedir. Analizde kullanılan Toda-Yamamoto testinde değişkenlerin farklı düzeyde durağan olması kabul edildiğinden analize devam edilmiştir.

VAR analizi kurulurken uygun gecikme uzunluklarının belirlenmesi oldukça önemlidir. Gecikme uzunluğu belirlenirken AIC, SC ve HQ kriterlerini minimum yapan gecikme sayısı optimal gecikme uzunluğu olarak kabul edilmektedir. Testten elde edilen sonuca göre, VAR analizi için uygun gecikme uzunluğu 1 olarak belirlenmiştir.

Tablo 2. Uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-71.52746	NA	0.002149	5.208790	5.397383	5.267855
1	27.86902	164.5183*	6.93e-06*	-0.542691*	0.400272*	-0.247367*
2	41.77409	19.17942	8.59e-0617	-0.398213	1.299120	0.133370

4.1 Eşbütünleşme Analizi

Eşbütünleşme analizi, zaman serileri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını belirleyebilmek amacıyla geliştirilmiştir. Fark alma işlemi nedeniyle seriler arasındaki uzun dönemli ilişki ortadan kalkmaktadır. Bu nedenle Johansen Eşbütünleşme Testi birinci farkında durağan hale gelen serilerin orijinal değerlerinin analizde kullanılmasını sağlamaktadır (Işık, Acar ve Işık, 2004, s. 332). Johansen (1988, 1995) yaklaşımında modeldeki değişkenlerin tamamı içsel olarak kabul edilir ve değişken seçimine gerek olmadan normalleştirme yapılır (Sevüktekin ve Nargeleçekenler, 2010, s. 505). Test sonucu hesaplanan f istatistik değeri alt sınır $I(0)$ ve üst sınır olan $I(1)$ kritik değerinin arasında bir değer alması halinde eşbütünleşme ilişkisinin varlığı hakkında yorum yapabilmek mümkün olmamaktadır. F istatistik değerinin üst sınır olan $I(1)$ kritik değerinden daha büyük bir değer kazanması halinde eşbütünleşme ilişkisi olmadığını ifade eden temel hipotez reddedilir. Alt sınır olan $I(0)$ değerinden daha küçük olması durumunda ise temel hipotez reddedilmemektedir (Gülmez, 2015, s. 147).

Tablo 3. Johansen eşbütünleşme testi

Özdeğer	Trace İstatistiği	%5 kritik değer	Prob	Max-Eigen İstatistiği	%5 kritik değer	Prob
0.695155	55.06965	47.85613	0.0091	34.45059	27.58434	0.0056

Tablo3’de görüldüğü üzere iz ve maksimum öz-değer istatistik değerleri %5 kritik değerden büyük ve Prob değerleri kritik değerden küçük olduğu için değişkenler arasında bir tane eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu ifade eden sıfır hipotezi reddedilir.

4.2 Yapısal Testler

Toda-Yamamoto nedensellik analizinde öncelikle modelin güvenilirliğini gösteren çeşitli yapısal testler yapılmaktadır. Bulunan gecikme uzunluğunun doğruluğunu tespit edebilmek amacıyla Otokorelasyon LM testi yapılmıştır.

Breusch-Godfrey Seri Korelasyon LM Testi’nde bağımlı değişkenlerin gecikmeli değerlerinin bağımsız değişkenlere dâhil edilmesi suretiyle daha yüksek dereceli otoregresifler olabilecek, hata teriminin hareketli ortalama terimlerine imkân tanınabilecektir. Kalıntıların bağımsız değişkenler ile otoregresif terimlere göre regresyonu alınır. Test sonucunda elde edilen değer belirlenen anlamlılık düzeyindeki kritik değeri aşıyorsa H_0 reddedilir. Bu red otokorelasyonun varlığını işaret etmektedir.

Tablo 4. Yapısal testler

Test	Sonuç	Olasılık
Breusch-Godfrey Seri Korelasyon LM Testi	22.95340	0.1188
Breusch-Pagan-Godfrey Değişen Varyans Testi	185.2479	0.0838
Jarque-Bera Normallik Testi	10.76053	0.2156

Elde edilen LM test sonucunun 0,05’den büyük olması nedeniyle bir gecikmeye kadar serisel korelasyon olmadığına dair hipotez reddedilmemiştir. Otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Değişen varyans sorununun varlığını tespit edebilmek amacıyla değişen varyans sınaması yapılmış elde edilen olasılık değeri 0,05 anlamlılık düzeyinden büyük olduğu

için modelde değişen varyans bulunmadığı tespit edilmiştir. Jarque-Bera Normallik Testi'nde elde edilen olasılık değeri 0,05 anlamlılık düzeyinden büyük olduğundan serinin kalıntıları normal dağılımlıdır.

Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin tespitinden sonra nedensellik analizi yapılmaktadır. Bu amaçla çalışmada, Toda-Yamamoto tarafından geliştirilen nedensellik analizi kullanılmıştır. Bu testin en önemli özelliği serilerin durağanlık derecelerine bakmadan yapılabilmesidir.

Tablo 5. Toda-Yamamoto nedensellik testi

Nedenselliğin Yönü	Prob
LNARGE → LNGDP	0,0611***
LNPATENT → LNGDP	0,0011*
LNGDP → LNIHR	0,0755***
LNPATENT → LNIHR	0,0687***
LNGDP → LNPATENT	0,0569***

* 0,01 anlamlılık düzeyi, ** 0,05 anlamlılık düzeyi, *** 0,10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Nedensellik analizi sonuçlarına göre patent sayıları ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı nedensellik ilişkisi mevcuttur. Patent sayılarından ekonomik büyümeye doğru olan nedensellik 0,01 anlamlılık düzeyinde sağlandığından diğer ilişkiye göre daha güçlüdür. Patent sayıları inovasyon faaliyetlerinin bir çıktısı olarak kabul edildiğinden patent sayılarının artması ülkenin inovasyon faaliyetlerine yer verdiğini ve bu faaliyetler sonucunda elde edilen çıktılarının ekonomik büyümenin bir nedeni olduğu kabul edilebilir. Aynı zamanda ekonomik büyümede sağlanan artışlar inovatif faaliyetlere daha fazla kaynak aktarılmasını sağlayacağından aralarında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi oluşmaktadır. Literatürde yer alan Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyümenin nedeni olduğuna dair sonuçlar çalışmada da elde edilmiştir. Ekonomik büyümenin yüksek teknoloji ürün ihracatının nedeni olduğu sonucu ekonomik büyümede sağlanacak artışların yüksek teknoloji ürün ihracatının artmasının bir nedeni olabileceğini göstermektedir. Patent sayılarının yüksek teknoloji ürün ihracatının nedeni olması aralarında bağın bir sonucudur. Patent sayıları inovasyon faaliyetlerinin çıktısı olduğundan patent sayılarının artması ihraç edilebilir yüksek teknoloji ürün miktarının da artmasına neden olmaktadır.

Ekonometrik analizden elde edilen sonuçlar literatürde yer alan çalışmalardan elde edilen sonuçlar ile uyumludur. Literatürde yer alan Ulku (2004), Falk (2007), Goel, Payne ve Ram (2007), Genç ve Atasoy (2010), Yaylalı, Akan ve Işık (2010), Güloğlu ve Tekin (2012), Göçer (2013), Bozkurt (2015), Dam ve Yıldız (2016), Yıldız (2018), Altıntaş (2020), Elverdi ve Atik (2021) çalışmalarında Araştırma-Geliştirme harcamaları ile ekonomik büyüme arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Bu sonuçlar çalışmadan elde edilen sonuç ile aynıdır. Işık (2014) ve Sezgin ve Budak (2022) çalışmalarında patent sayılarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü, Kesbiç ve Şimşek (2020) çalışmasında ise patent sayıları ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Bu sonuçlar çalışmadan elde edilen sonuçlar ile uyumludur.

Sonuç ve Öneriler

Ülke ekonomilerinin bir numaralı amacı olan ekonomik büyümeyi sağlamada bilgi ekonomisinin rolü her geçen gün artmaktadır. Büyümenin sağlanmasının yanı sıra büyümenin sürdürülebilirliği de önemli bir konudur. İnovasyon sonucu elde edilen ileri teknolojiye sahip ürünler büyümenin sağlanmasında ve sürdürülebilir olmasında önemli rol oynamaktadır.

İnovasyon faaliyetlerinden birisi olan ileri teknoloji ürünü ihracatı, Ar-Ge çalışmaları sonucunda elde edilen bir çıktıdır. Bu tür ürünler alanında öncü ürünler olduğundan tüm Dünya'da yoğun bir talep görmektedir. Yüksek teknoloji ürün ihracatı diğer mal ihraçlarına

göre fiziksel olarak daha kolay olduğundan önemli bir ihracat maliyeti gerektirmemektedir. Ülkeler bu tür ürünlerin ihracatı sayesinde önemli bir ihracat gelirinin yanı sıra dış ticaret dengesinin sağlanmasında da büyük avantajlar elde etmektedir.

İnovasyon faaliyetlerinin çıktısı olan patent sayıları ise ülkedeki teknolojik gelişmenin bir göstergesidir. Her bir patent başvurusu yeni bir inovatif ürün için yapıldığından patent sayılarındaki artış inovasyon faaliyetleri sonucunda elde edilen çıktıdaki artışın bir göstergesi olmaktadır.

Son yıllarda ülkemizde giderek artan Araştırma-Geliştirme harcamaları ve patent sayıları ülkemizin bilgi ekonomisinde hızla yol aldığını göstermektedir. Özellikle özel sektör tarafından askeri alanda yapılan Araştırma-Geliştirme harcamaları ve sonucunda elde edilen yüksek teknolojik askeri ürünler bu alanda yurtdışına bağımlılığın azaltılmasını sağlamıştır. Yakın zamanda bu ürünlerin ihraç edilmesinde sağlanacak artışlar dış ticaret açığının kapatılmasında önemli bir kaynak olabilecektir.

Ekonometrik analiz sonucunda elde edilen sonuçların başında patent sayıları ile GSYİH arasındaki karşılıklı nedensellik ilişkisi gelmektedir. Bu ilişki patent sayılarından GSYİH’ya doğru daha güçlü bulunmuştur. Analiz sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde ise analize dâhil edilen değişkenlerin birbirleriyle bir nedensellik ilişkisi içinde buldukları görülmektedir. İnovasyonu temel alan içsel büyüme modellerindeki Araştırma-Geliştirme faaliyetlerinin ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği yönündeki teori çalışmada Araştırma-Geliştirme harcamalarının GSYİH’deki artışın nedeni olduğu yönünde elde edilen sonuç ile Türkiye açısından doğrulanmıştır. GSYİH’nın yüksek teknolojik ürün ihracatı ve patent sayılarının nedeni olması bu faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan finansal kaynakların GSYİH’deki artışlar sayesinde finanse edilebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla inovasyon faaliyetleri sonucunda GSYİH’da bir artışın sağlanmasını GSYİH’da sağlanan artışların ise bu tür faaliyetlerin artmasını sağlayacaktır.

İnovasyon sürecinde devlete önemli görevler düşmektedir. Devlet kamusal Araştırma-Geliştirme faaliyetlerini arttırarak devam ederken özel sektör tarafından gerçekleştirilen inovatif girişimlere de finansal destek sağlamalıdır. Özel sektör tarafından yaratıcı fikirlerin hayata geçirilebilmesinde finansal desteğin yanı sıra kanuni düzenlemeler de büyük önem taşımaktadır. Devlet, kamu üniversitelerinde Araştırma-Geliştirme faaliyetlerini destekleyerek oluşturacağı teknokentler vasıtasıyla devlet-özel sektör işbirliği ile bu faaliyetlerin daha da geliştirilmesi imkânına sahiptir. Bu süreçte devlet özellikle geçiş sürecinde uygun bir iş ortamı yaratmalı, firmaları daha yüksek inovasyon faaliyetlerine girişmek konusunda teşvik ederek kamu kaynaklarını bu konuda yönlendirmelidir.

Analizden elde edilen, inovasyon faaliyetlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucu 2021 yılı sonlarından itibaren uygulanmaya başlanan yeni ekonomik programın başarısında inovasyonun katkısı hakkında fikir verebilmektedir. Yeni ekonomik programın temelinde ekonomik büyümenin sağlanması bulunmaktadır. Bu çerçevede kamu yoluyla gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarına bütçeden ayrılan payın arttırılması, özel sektörün Araştırma-Geliştirme harcamalarına faizsiz ve uzun vadeli krediler yoluyla destek olunması gerekmektedir. Ar-Ge harcamalarının GSYİH’ya oranının artmasıyla patent ve yüksek teknolojik ürün ihracatında artışların sağlanması, temel hedef olan büyümenin gerçekleşmesinin yanı sıra kronik bir sorun haline gelen cari açık sorununun çözümünde de önemli rol oynayacaktır.

Kaynakça

Alper, A. E. (2017). *Türkiye’de patent, ar-ge harcamaları, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki: Bayer-Hanck eş bütünleşme analizi*. 3rd International Congress on Political, Economic and Social Studies (ICPESS), İstanbul.

- Altıntaş, F. F. (2020). İnovasyonun ekonomik büyümeyi etkilemesine yönelik bir yapısal eşitlik modeli uygulaması: G20 grubu ülkeleri örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(4), 723-763. doi: 10.15295/bmij.v8i4.1582.
- Ayaydın, H., Çam A. V., Barut A. K. ve Pala F. (2018). Araştırma geliştirme ve inovasyon yatırımlarının finansal gelişme üzerine etkisi: BRICS-TM ülkeleri örneği. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, Özel Sayı*, 442-461. doi: 10.29067/muvu.339031.
- Ballı, E. (2017). Teknoloji, inovasyon ve ekonomik büyüme ilişkisi: üst ve üst orta gelir gruplarındaki ülkeler üzerine bir inceleme. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 9(2), 15-28.
- Bozkurt, C. (2015). R&D expenditures and economic growth relationship in Turkey. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 188-198.
- Çimen, A. ve Sağlam, Y. (2019). Comparison of Sectoral performance of R&D expenditures: analysing innovation based economic growth. *Journal of Yasar University*, 14 (Special Issue), 58-68.
- Dam, M. M. ve Yıldız, B. (2016). BRICS-TM ülkelerinde AR-GE ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerine etkisi: ekonometrik bir analiz. *Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 33, 220-236.
- Elverdi, S. ve Atık, H. (2021). İnovasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin analizi: bir yapısal eşitlik modellemesi. *Pearson Journal Of Social Sciences & Humanities*, 6(10), 183-205. doi: 10.46872/pj.206.
- Ercan, N. Y. (2000). İçsel büyüme teorisi: genel bir bakış. *DPT Planlama Dergisi*, 42. Yıl Özel Sayısı, 129-138.
- Erkiletlioğlu, H. (2013). *Dünyada ve Türkiye’de Ar-Ge faaliyetleri*. https://ekonomi.isbank.com.tr/ContentManagement/Documents/ar_07_2013.pdf (Erişim Tarihi: 07.03.2022).
- Falk, M. (2007). R&D spending in the high-tech sector and economic growth. *Research in Economics*, 61, 140-147. doi:10.1016/j.rie.2007.05.002.
- Genç, M. C. ve Atasoy, Y. (2010). Ar&Ge harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: panel veri analizi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 5(2), 27-34.
- Goel, R. K., Payne, J. E. ve Ram, R. (2007). R&D expenditures and U.S. economic growth: a disaggregated approach. *Journal of Policy Modeling*, 30, 237-250. doi:10.1016/j.jpolmod.2007.04.008.
- Göçer, İ. (2013). Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojlili ürün ihracatı, dış ticaret dengesi ve ekonomik büyüme üzerindeki etkileri. *Maliye Dergisi*, 165, 215-240.
- Gülmez, A. ve Yardımcıoğlu, F. (2012). OECD ülkelerinde Ar-Ge harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: panel eşbütünleşme ve panel nedensellik analizi (1990-2010). *Maliye Dergisi*, 163, 335-353.
- Gülmez, A. ve Akpolat, A. G. (2014). Ar-Ge & inovasyon ve ekonomik büyüme: Türkiye ve AB örneği için dinamik panel veri analizi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 1-17.
- Gülmez, A. (2015). Türkiye’de dış finansman kaynakları ekonomik büyüme ilişkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2): 139-152.
- Güloğlu, B. ve Tekin, B. R. (2012). A panel causality analysis of the relationship among research and development, innovation, and economic growth in high-income OECD countries. *Eurasian Economic Review*, 2(1), 32-47.

- Hunady, J. ve Orviska, M. (2014). *The impact of research and development expenditures on innovation performance and economic growth of the country—the empirical evidence*. CBU International Conference On Innovation, Technology Transfer And Education, Czech Republic.
- Işık, N., Acar, M. ve Işık B. (2004). Enflasyon ve döviz kuru ilişkisi: bir eşbütünleşme analizi. *Süleyman Demirel Fakültesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 325-340.
- Işık, C. (2014). Patent harcamaları ve iktisadi büyüme arasındaki ilişki: Türkiye örneği. *Sosyoekonomi*, 2014-1, 69-86.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of Economiv Dynamics and Control*, 12, 2-3, 231-254.
- Johansen, S. (1995). *Likelihood based İnference in cointegration vector autoregressive models*. Oxford: Oxford University Press.
- Kesbiç, C.Y ve Şimşek, D. (2020). OECD ülkelerinde inovasyonun ekonomik büyüme üzerinde etkisi: Schumpeter haklı mı? *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(38), 273-296.
- Korkmaz, S. (2010). Türkiye’de Ar-Ge yatırımları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin VAR modeli ile analizi. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3320-3330.
- Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
- Özbay, F., Arıcan, M. ve Oğuztürk, B.S (2021). Çin rüyasının gerçekleşmesinde inovasyonun önemi: büyüme ve inovasyon ilişkisi üzerine ekonometrik bir analiz. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 413-437.
- Romer, P. (1986). Increasing returns long-run growth. *Journal of Political Economy*, 94, 1002-1037.
- Romer, P. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98, 71–102.
- Samimi, A. J. ve Alerasoul, S. M. (2009). R&D and economic growth: new evidence from some developing countries. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 3(4), 3464-3469.
- Saygılı, Ş. (2003). Bilgi ekonomisine geçiş sürecinde Türkiye ekonomisinin dünyadaki konumu. *DPT Yayınları*, Yayın No: 2675.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. London: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1939), *Business cycle*. Philadelphia: Porcupine Press.
- Sevüktekin, M. ve Nargeleçekenler, M. (2010). *Ekonometrik zaman serileri analizi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Sezgin, F. H ve Budak, Y. (2022). Teknolojik gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisi: yükselen ekonomiler örneği. *Journal of Emerging Economies And Policy*, 7(1), 265-274.
- Shqipe, G. ve Ramadani, V. (2010), *The impact of innovation into the economic growth*. <http://mpr.aub.uni-muenchen.de/22270/> (Erişim Tarihi: 14.02.2022).
- Shukla, S. (2017). Innovation and economic growth: a case of India. *Humanities & Social Science Reviews*, 5(2), 64-70. doi: 10.18510/hssr.2017.521.
- Slywester, K. (2001). R&D and economic growth. *Knowledge, Technology & Policy*, 13(4), 71-84.

- Solow, R. M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Tarı, R. ve Bozkurt, H. (2006). Türkiye’de istikrarsız büyümenin VAR modelleri ile analizi (1991.1-2004.3). *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 4, 12-28.
- Tunçbilek, M. M. ve Bayrakçı, S. (2017). Üniversitelerde algılanan liderlik, vizyon ve örgüt yapısının inovasyon yönetimine etkisi: Karabük Üniversitesi örneği. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 28(83), 49-84.
- Ulku, H. (2004). R&D, innovation, and economic growth: an empirical analysis. *IMF Working Paper*, WP/04/185, 1-36.
- Yaylalı, M., Akan, Y. ve Işık, C. (2010). Türkiye’de Ar&Ge yatırım harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki eş-bütünleşme ve nedensellik ilişkisi: 1990–2009. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 5(2), 13-26.
- Yıldız, G. (2018). Teknolojik inovasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: Türkiye- AB (15) ülkeleri örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, Prof. Dr. Harun Terzi Özel Sayısı, 41-58. doi: 10.18092/ulikidince.380899.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.



Türkiye’de İnşaat Sektörü Sanayiye Dışlıyor Mu? Hollanda Hastalığı Perspektifiyle Ampirik Çıkarımlar*

Does the Construction Sector in Türkiye Exclude the Industry? Empirical Implications from Dutch Disease Perspective

Bilim Uzmanı Günay TÜZÜNER¹, Doç. Dr. Mehmet ZANBAK²

Öz

Hollanda Hastalığı, ani zenginleşme kaynağına sahip olan bir ülkedeki üretim faktörlerinin tek bir sektöre yönelmesi sonucunda ortaya çıktığı öne sürülen ve diğer sektörlerin durgunlaşmasıyla ya da dışlanmasıyla sonuçlanan ekonomik süreci temsil eden bir kavramdır. Çalışmanın kaleme alınmasındaki temel motivasyon son yıllarda Türkiye’deki inşaat sektöründe yaşanan hızlı büyümenin sanayi sektörünü nasıl etkilediğini incelemek ve sanayinin inşaat sektörü bazlı Hollanda Hastalığına yakalanıp yakalanmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla Düzey 2 ölçeğinde yer alan 26 alt bölge için Türkiye İstatistik Kurumu’ndan elde edilen ve 2009-2017 yıllarını kapsayan veriler ışığında panel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan modelde sanayi istihdamı bağımlı değişkeni temsil ederken, bağımsız değişkenler dış ticaret hacmi, inşaat girişim sayısı, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) ve toplam istihdam şeklinde sıralanmaktadır. Analiz sonuçlarına göre inşaat girişimi sayısındaki her %1’lik artış sanayi istihdamını %0,36 artırmaktadır ki bu sonuç Türkiye’de inşaat sektörü kaynaklı Hollanda Hastalığının bulunmadığına işaret etmektedir. Bir diğer ifadeyle inşaat sektörü sanayiye dışlamamakta, aksine çeşitli alanlarda fırsatlar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hollanda hastalığı, inşaat sektörü, sanayi, panel veri analizi, Türkiye

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Dutch Disease is a term which represents the economic process that is claimed to be caused by the current production factors in a country with a sudden source of enrichment to a single sector, resulting in the stagnation or exclusion of other sectors. The main motivation for writing this thesis is to observe how the rapid growth in the construction sector in Türkiye in recent years has affected the industrial sector and to reveal whether the industry has been influenced by Dutch Disease based on the construction sector. For this purpose, panel data analysis method was used in the light of data obtained from The Turkish Statistical Institute for 26 sub-regions on the Level 2 scale covering the years 2009-2017. In the model created, the level of industrial employment represents the dependent variable, while the independent variables are listed as foreign trade volume, number of construction initiatives, gross domestic product (GDP) and total employment. According to the results of the analysis, every 1% increase in the number of construction initiatives increases industrial employment by 0.36% which indicates that there is no Dutch Disease caused by the construction sector in Türkiye. In the other words, the construction sector does not exclude the industry. On the contrary, it offers opportunities in various fields.

Keywords: Dutch disease, construction sector, industry, panel data analysis, Türkiye

Paper Type: Research

* Bu çalışma, Doç. Dr. Mehmet ZANBAK danışmanlığında Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı’nda Günay TÜZÜNER tarafından hazırlanan “Türkiye’de Hollanda Hastalığı: İnşaat Sektörü Perspektifinden Bir Analiz” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹gunaytuzuner@gmail.com

²Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mehmetzanbak@akdeniz.edu.tr

Atf için (to cite): Tüzüner, G. ve Zambak, M. (2024). Türkiye’de inşaat sektörü sanayiye dışlıyor mu? Hollanda hastalığı perspektifiyle ampirik çıkarımlar. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 177-193.

Giriş

Tarih boyunca, doğal kaynak açısından zengin olan ülkelerin kaynak yoksunu diğer ekonomilere kıyasla -uzun vadede- daha yavaş bir büyüme seyri izlediği gözlemlenmektedir. Doğal kaynak ve büyüme hızı arasındaki bu negatif ilişkiyi açıklayan unsurlar kompleks bir yapıyı bünyesinde barındırırken, bu yapı bilim insanları tarafından ekonomi, finans, siyaset bilimi, sosyoloji gibi bilim dallarının da ilgi alanına giren multidisipliner bir zeminde tartışılmaktadır. Söz konusu negatif etkiye sebep olan unsurların bir kısmı iç savaş, eğitim, dışsallıklar şeklinde sıralanabilmekte ve bunların yanında kaynak hipotezinin temelini oluşturan Hollanda Hastalığı (HH) teorisinden de söz edilebilmektedir (Kallevig, 2013, s. 1). Bu çalışmada da bahsi geçen Hollanda Hastalığı teorisi üzerinde yoğunlaşmaktadır.

“Kaynakların Laneti Teorisi” kapsamında ele alınan Hollanda Hastalığı ilk olarak 1960’lı yıllarda Kuzey Denizinde doğalgazın bulunması sonucu ele alınmıştır. Bu kavram ismini, Hollanda’da doğalgaz rezervlerinin keşfiyle ortaya çıkan süreçten alırken, kavramda yer alan hastalık sözcüğü ekonomik bir sorunu temsil etmektedir. Dolayısıyla Hollanda Hastalığı doğal kaynak keşfi sonucunda artan gelirin sanayi sektöründe yaratmış olduğu durgunluk sürecini ifade etmektedir. Bu bağlamda Hollanda Hastalığını 3 farklı kategoride değerlendirmek doğru bir yaklaşım olacaktır: Birincisi doğal kaynağa ilişkindir ki bu üretim faktörü içerisinde petrol, maden ve doğalgaz gibi kaynaklar yer almaktadır. Bir diğer kategoride nihai ürün ticareti yapılabilen endüstriler yer alırken, imalat ve sanayi sektörü bunlara örnek olarak verilebilir. Hollanda Hastalığına etki eden üçüncü sektör ise ticareti yapılmayan mal sektörüdür ve bunun bünyesinde inşaat, kamu, sağlık ve eğitim yer almaktadır (Corden ve Neary, 1982, ss. 825-848).

Bu çalışma da son yıllarda inşaat sektöründe gerçekleşen hızlı büyüme ivmesinin sanayi sektörünü dışlayarak ön plana çıkan sektör konumunda olduğunu düşündüren Hollanda Hastalığının varlığı varsayımı ile hareket etmektedir.

“Türkiye’de inşaat sektörünün gelişimi sanayiye olumsuz etkilemekte, üretim ve istihdam bakımından dışlamaktadır”.

“Türkiye’de inşaat sektörünün gelişimi, sanayi sektörüne aktarılan/aktarılabilecek kaynaklara negatif yansımaktadır”.

Vurgulanan bu hipotezlerin testi amacıyla başlangıçta literatürden de yararlanılarak belirlenen değişkenlerle bir model oluşturulmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu’ndan (TÜİK) elde edilen veri seti, dönem aralığı ve değişkenlerin seçiminde veri kısıtı belirleyici olmuştur. Buradan hareketle söz konusu veri seti, Düzey 2 ölçeğinde yer alan 26 bölgeden oluşmakta ve 2009-2017 yıllarını kapsamaktadır (TÜİK, 2019). Ekonometrik analizde, bağımlı değişken olarak sanayi istihdamı ele alınırken, dış ticaret hacmi, inşaat girişimi sayısı, GSYİH ve toplam istihdam değişkenleri bağımsız değişken olarak modele dâhil edilmiştir.

Çalışmanın kaleme alınmasındaki temel gerekçe son 20 yılda Türkiye’de inşaat sektöründe gözlemlenen hızlı büyümenin sanayi sektörünü nasıl etkilediğini incelemek ve sanayinin inşaat sektörü kaynaklı Hollanda Hastalığına yakalanıp yakalanmadığını ortaya koymaktır. Bu noktada, Hollanda Hastalığının literatürde inşaat sektörü odağında henüz ele alınmadığı ve bu çalışmanın da temel katkılarından birinin bunu inceleyen ilk çalışma olduğu vurgulanabilir. Bir diğer ifadeyle, inşaat sektörünün sanayiye dışlayıp dışlamamasından hareketle çalışmadan elde edilen bulguların politika yapıcılara ışık tutması beklenmektedir. Hollanda Hastalığının inşaat sektörü bazlı ele alınmasındaki temel gerekçe ise, son yıllarda bu sektörün GSYİH payında ve girişim sayısında artış görülmesine karşın, sanayi sektöründe tersi yönde gelişmelerin tespit edilmesidir.

Bu doğrultuda inşaat sektörünün sanayiye yansımalarının incelendiği çalışmanın ikinci başlığı altında Hollanda Hastalığına yönelik kavramsal çerçeveye ve inşaat sektörünün Türkiye’deki görünümüne yer verilmekte, takip eden başlıkta literatür özetlenmektedir.

Çalışmanın dördüncü başlığını ampirik analiz oluştururken, sonuç kısmında genel bir değerlendirme yapılmakta ve politika önerileri sunulmaktadır.

1. Hollanda Hastalığına Yönelik Kavramsal Çerçeve ve İnşaat Sektörünün Türkiye’deki Görünümü

Hollanda Hastalığı (Hollanda Sendromu), bir ülkenin para biriminin aşırı değer kazanması sonucunda ortaya çıkan birtakım olumsuz gelişmeleri ifade etmekte kullanılan bir kavramdır. Hollanda’da 1950-60 döneminde doğalgaz rezervlerinin keşfiyle birlikte doğalgaz ihracatı hızlanmış ve yerli para büyük değer/önem kazanmıştır. Dolayısıyla ihracat odaklı tüm sektörler başlangıçta bu süreçten olumsuz yönde etkilenmiş, devamında doğalgaz rezervlerinden istifade ederek bu doğal kaynak temelli sanayinin ve istihdamın genişletilmesi üzerinde odaklanılmıştır. Bir başka ifadeyle, Hollanda’nın istihdam profili tarım ve hizmet sektörü odaklıyken, doğalgazın keşfiyle birlikte doğalgaz sanayisine yönelinmiştir. Yaşanılan bu gelişmeler diğer sektörlerdeki üretimin durmasına (yavaşlamasına) ya da gelişmemesine sebep olmakla birlikte, ekonominin de tek taraflı ilerlemesine neden olmuştur (Aras ve Süleymanov, 2016, s. 249).

Hollanda Hastalığına yönelik bir diğer tanım 16. yüzyılda Miquel de Cervantes Savedra tarafından dile getirilmiştir. Savedra’nın kaleme aldığı ve halk deyişiyle Don Kişot olarak bilinen eserde konuyla ilgili yer alan cümle şöyledir: “Zenginlikten elde edilecek haz, sadece mülk edinmeden savurganca yapılmasından değil, zenginliğin akıllıca kullanılmasından elde edilir”. Birçok ülke ise elde edilen bu zenginliği doğru bir şekilde kullan(a)mamış ve bunun sonucu olarak Hollanda Hastalığına yakalanmıştır (Riyazi, 2017, s. 22). Bu süreçte Hollanda, ulusal parası Florinin değer kazanmasıyla doğalgaz dışı tüm üretim süreçlerinde gerileme yaşanmış ve yaşanılan bu durum sanayi sektörüne olan ilgiyi azaltmış, buna karşın hizmet sektörüne olan ilgiyi ise artırmıştır (Adenauer ve Vagassky, 1998, s. 177). Bahsi geçen sorunu yalnızca ülkedeki doğal kaynakların keşfiyle sınırlamayıp ve buradan hareketle dar bir çerçevede açıklamakla yetinmeyip, işçi dövizleri, doğrudan yatırım kâr transferleri ve uluslararası yardımlar gibi nedenlere dayanarak genişletmek suretiyle açıklamak da mümkündür. Örneğin ülkeye giren aşırı miktardaki döviz, o ülkenin para biriminin değerli olmasına sebebiyet vermekte ve paranın değer kazanmasıyla birlikte ülke sanayisinin dış rekabetteki gücünün de zayıflamasına yol açmaktadır. Bu durum doğal kaynak zengini görünen bir ülkenin sanayisinin aslında müdahale edilmediği takdirde rekabet piyasasındaki varlığının silinip yok olacağını göstermektedir. Ortaya çıkan dışlama etkisi, doğal kaynak artışındaki zenginliğe bağlı olarak imalat ve sanayi sektörlerindeki üretim faktörlerinin doğal kaynak bazlı üretim sektörlerine kaymasıyla süregelmektedir. Yaşanılan bu durum ilgili sektörlerdeki üretim düşüklüğüne sebebiyet verdiğinden sanayideki gelişimin durmasına ve uluslararası piyasalardaki rekabetçi özelliklerin giderek yok olmasına yol açmaktadır (Younger, 1992; De Gregorio ve Wolf, 1994). Bu süreç aslında ülkelerin tek bir kaynağa önem vermesi sonucu diğer üretim kaynaklarının önem kaybetmesini vurgulamaktadır. Eğer bir ülke sadece bir kaynağa odaklanır ve diğer kaynakları yeteri kadar önemsemezse, ülkedeki toplam üretim azalır ve o kaynağı kıtlığa sürükler. Bu süreçte toplam üretimin azalması sonucunda ülke ürünleri ihraç edilmekten çok, aynı ürünlerin ithalatıyla sonuçlanır ve gelinen nokta üretimin giderek daha fazla azalmasına sebebiyet verir. Örneğin bir doğalgaz yatağının keşfiyle birlikte artan zenginleşme süreci yerini sanayisizleşmeye (deindustrialization) bırakır (Boyras, 2014).

Hollanda Hastalığı kavramının ilk kullanıldığı yerlerden birisi de “The Economist” dergisidir ki bu dergi söz konusu kavramı ticarete konu olan malların üretim sektöründeki artan ve azalan miktarının paydaş bir biçimde ekonomide olması durumu şeklinde açıklamaktadır. (Corden ve Neary, 1982, s. 825). Bununla birlikte Hollanda Hastalığı teorisi “Salter-Swan-Corden-Dornbusch” modeliyle de açıklanmıştır ki teoride ticari ve ticaret dışı mal gruplarının yer aldığı her iki grubun da kendi içinde ikame edilemediğinden bahsedilmektedir. İhracat ve ithalatta kullanılan ticari mallar aynı zamanda uluslararası piyasalarda da alım satımı yapılan

mallardır ve bahsedilen nedene bağlı olarak bu malların fiyatı uluslararası piyasalarda karşılaştırılarak belirlenmektedir (Akçacı ve Karaata, 2014).

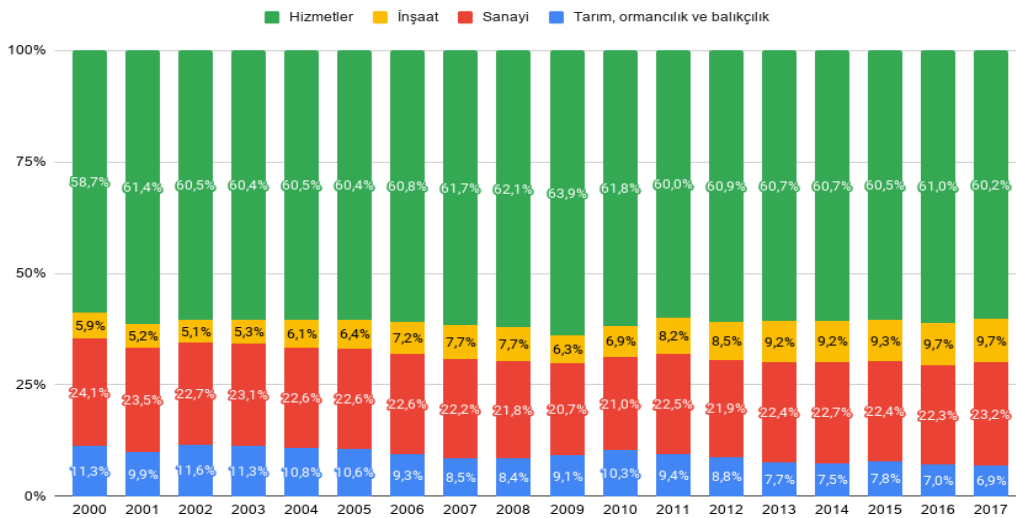
Corden ve Neary’ye (1982, s. 827) göre Hollanda Hastalığının ortaya çıkması için üç koşul bulunmaktadır:

- Ani ve hızlı büyüme (patlama) yaşanan sektörün toplam ihracat üzerindeki payının artması,
- Artan ihracata bağlı olarak ulusal para biriminin aşırı değerli hale gelmesi,
- Diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin patlama yaşanan sektöre aktarılmasıyla beraber diğer sektörlerin rekabet gücünü kaybetmesi.

Değindiği üzere Hollanda Hastalığı tek bir sektördeki gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkmış gibi görünse de, aslında etki altına aldığı üç sektör bulunmaktadır ki bunların ilki doğal kaynak sektörüdür. Doğal kaynak sektörünün en belirgin özelliği beklenmedik bir şekilde yükselen bir ivmeyle ticareti yapılabilmesidir. Bu sektörde ilk akla gelen petrol ve doğalgaz sektörü iken bunlarla sınırlı kalmayıp ek olarak kakao, bakır, mücevher ve maden sektörünün yer aldığı ürünler de bu gruba dâhil edilebilir. Bunun yanında Hollanda Hastalığına kaynak oluşturan bir diğer sektör ticareti yapılabilen ve bünyesinde doğal kaynakları barındırmayan imalat sektörüdür ve bu sektöre örnek olarak tarım sektörü gösterilebilir. Hollanda Hastalığına neden olan üçüncü sektör ise ticareti olmayan mal sektörüdür ve bu inşaat, kamu, sağlık ve eğitimden oluşmaktadır (Corden ve Neary, 1982, ss. 825-848).

Bu noktada bu çalışmanın Hollanda Hastalığının varlığını inşaat sektöründen hareketle ve bu temele dayanarak incelediği düşünüldüğünde, sektörün yakın tarihli görünümüne yer verilmesinin uygun olacağı söylenebilir. Hollanda Hastalığının literatürün aksine inşaat sektörü temelinde incelenmesindeki temel gerekçe ise Şekil 1’e dayandırılabilir ki söz konusu grafikte 2000 yılında %5,9 olan inşaat sektörünün GSYİH payının 2017’ye gelindiğinde %10’a yaklaştığı, buna karşın sanayi sektörünün payının aynı süre zarfında gerilediği görülmektedir. Benzer şekilde 2009’da tüm girişimler içerisinde %5,6 olan inşaat girişim oranı 2017’de %7,3’a çıkmış, sanayi sektörü girişim oranı ise aynı zaman diliminde %11,5’ten %11,4’e gerilemiştir (TÜİK, 2018). Sanayi sektöründe hem GSYİH hem de girişim sayısı payında görülen bu gerilemenin nedeninin inşaat sektöründeki büyümeden kaynaklanıp kaynaklanmadığının ve buradan hareketle inşaat sektörü kaynaklı Hollanda Hastalığının varlığının tespiti bu çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır.

Şekil 1. GSYİH'nin iktisadi faaliyetlere göre dağılımı (2000-2017)

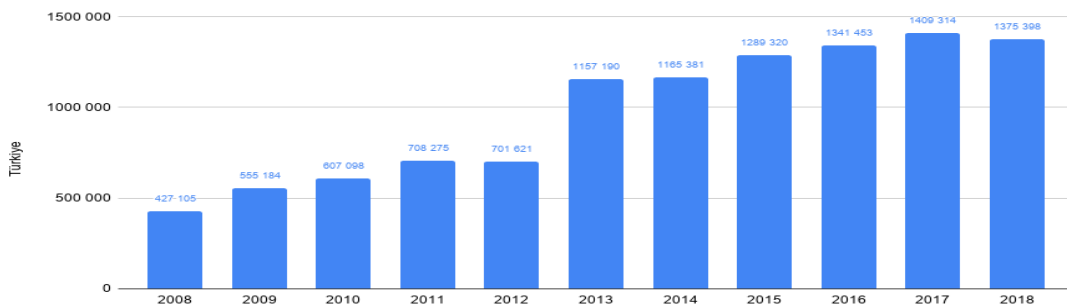


Kaynak: TÜİK, 2018.

Türkiye’de inşaat sektöründeki büyüme 1980’li yıllarda etkisini göstermeye başlamış, takip eden süreçte ise sektördeki büyüme ivmesi yavaşlamaya başlamıştır. Özellikle 1988-1989 yıllarından itibaren sektörün büyümesinde görülen yavaşlamanın sebepleri arasında, söz konusu dönemde başlayan liberalizasyon süreci ve bununla birlikte faizlerin artmasıyla yatırım maliyetlerinin inşaat talebini düşürmesi gösterilebilir. Devamında Türkiye ekonomisi 1993-2003 yılları arasında %26,1 düzeyinde büyümesine karşın sektörel yatırımların düşmesiyle birlikte daralan tek sektör inşaat olmuş ve sektördeki bu küçülme %22 civarında gerçekleşmiştir. Yaşanılan bu sürecin ardından bankacılık sektöründeki düzenlemeler finansmana erişimi kolaylaştırmış, 2006’da %18,5, 2007’de %5,7 oranında büyüme gösteren inşaat sektörü, 2008 yılında %7,6 oranında daralma yaşayarak tüm sektörler içinde negatif büyüyen başlıca sektör olmuştur. Bunun yanında 2008 yılındaki küresel krizle tüm sektörlerde yaşanan durgunluk ve daralma, 2010 yılında inşaat sektöründe de %16,3 negatif büyüme şeklinde kendini göstermiştir. 2009-2010 dönemleri arasında politika yapıcılar, yaşanan negatif büyüme karşısında önlem almak amacı ile kamu altyapı yatırımlarını önemli ölçüde desteklemiştir (MDN, 2010). Devam eden süreçte, özellikle 2015 yılında Türkiye ekonomisinde gerçekleşen %6’lık büyüme umut vadeci olmuş, aynı zamanda bu ekonomik büyüme inşaat sektörüne de yansımış ve sektör %4,9 oranında bir büyüme ivmesi yakalayarak tüm sektörler arasında ön plana çıkan bir konuma erişmiştir.

Buna paralel olarak 2016 yılına gelindiğinde inşaat sektörü ekonomik büyümenin üzerinde bir büyüme performansı sergilemiştir (KPMG, 2018). Büyüyen ekonomi ile birlikte gelişimini devam ettirmek amacı ile kamunun, sektöre ve ülke ekonomisine sağlamış olduğu desteklerle birlikte sektörün gücü artmış ve bu etki 2017 yılında da kendini göstermiştir. Bu gelişmelerin yanı sıra bankaların uyguladığı politikalarda ve özellikle kredi satış koşullarında da iyileşmeler yaşanmıştır ki söz konusu iyileşmelerin sektöre yansımaları olumlu sonuçlar doğurmuştur. Yaşanan bu gelişmeler ışığında 2017 yılı inşaat harcamaları %25,7 artış göstermiş, sektördeki faaliyetler hızlanmış ve aynı zamanda sektörel istihdam ilk kez 2 milyonun üzerinde gerçekleşmiştir (IMSAD, 2017). 2017 yılının ilk iki çeyreğinde inşaat sektörünün büyümesi %5,6 ve %5,5 olarak gerçekleşirken, üçüncü çeyrekte son üç yılın en yüksek büyüme ivmesini yakalayarak yine genel ekonomik büyümenin önüne geçmiştir (KPMG, 2018). Bununla birlikte makro açıdan değerlendirildiğinde inşaat sektörünün, 250’den fazla sektörü direkt olarak etkileyen ve çok sayıda meslek dalına istihdam olanağı sunan bir sektör olduğu da vurgulanabilir. Ekonomik büyümedeki dalgalanmalar sektöre anında yansırken, büyümenin pozitif olması beraberinde istihdam ihtiyacının da oluşmasına sebebiyet vermektedir. Sözü edilen bu durum inşaat sektörünü ekonomik açıdan daha da önemli kılmaktadır (INTES, 2016). Buradan hareketle Türkiye ekonomisinin güçlenmesini ve birden fazla sektörün üretimine katkı sunduğu için imalat sanayi ile ve hizmet sektörü ile de yakından ilişkilidir. Dolayısıyla tüm bu özellikleri bünyesinde barındırması inşaat sektörünü günümüzde öncü sektör olarak adlandırılmasına olanak sağlamaktadır. Bu tespitleri doğrular nitelikte Şekil 2’de de görüldüğü üzere 2008’de 400 bin civarında olan yıllık konut satış miktarı 2017-2018 yıllarına gelindiğinde 1,4 milyon civarında gerçekleşmiştir.

Şekil 2. Türkiye’de 2008-2018 dönemindeki konut satış miktarı



Kaynak: TÜİK, 2019.

Özetle, her ne kadar dalgalı seyir sergilemiş olsa da Türkiye’de inşaat sektörünün büyüme performansı 2000’li yılların ardından önemli ölçüde mesafe kat etmiştir. Bir diğer ifadeyle son 20 yılda yaşanan globalleşme beraberinde tüm ülkelerde sosyal ve ekonomik farklılaşmalara da neden olmuştur ki farklılaşmaların yaratmış olduğu bu etki, inşaat sektörü ve bu sektörün alt yapısında olan bağlı sektörleri ve menkul kıymetleri de etkilemiştir (Dalkılıç ve Aşkın, 2017). Geline aşama inşaat sektörünün geçmiş yıllara kıyasla hem sektörel hem de konut satışlarında olumlu yönde bir gelişme gösterdiği ve giderek büyüdüğü vurgulanabilir.

2. Literatür Taraması

Küresel ölçekte doğal kaynak keşiflerinin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan Hollanda Hastalığı akademik camiada oldukça geniş çerçevede merak uyandırmış ve bunu ortaya çıkarabilmek adına konu araştırmacılar tarafından sıklıkla ele alınmıştır. Bu noktada Hollanda Hastalığının incelendiği ilk teorik çalışmanın Corden ve Neary (1982) tarafından kaleme alındığı vurgulanabilir ki söz konusu çalışma “Booming Sector and De-Industrialization in a Small Economy” başlığını taşımaktadır. Araştırmacılar Hollanda Hastalığının, geleneksel ihracatçı sektörlerin diğer iki sektör olan yeni oluşan ihracatçı sektör ve/veya ticarete konu olmayan mal sektörü tarafından dışlanması sonucunda ortaya çıktığına işaret etmiştir (Corden ve Neary, 1982: 825). Hollanda Hastalığı sorunu 1960’lı yıllarda ortaya çıkmasına karşın, literatürde adı daha geç duyurmuştur. Değindiği üzere bu anlamda bilinen ilk çalışma Corden ve Neary’e (1982) aitken, ilk ampirik çalışma Bruno ve Sachs (1982) tarafından kaleme alınmıştır. Araştırmacılar bu çalışmada 1973 yılındaki İngiltere döneminde HH varlığını sorgulamış ve ticarete konu olan mallardaki üretimin daraltılması ile ticarete konu olmayan sektörlerdeki üretimin artırılması bu çalışmanın odak noktasını oluşturmuştur. Çalışmada HH’nin varlığını sınamak için simülasyon tekniklerinden yararlanılmış ve bu amaçla başlangıçta, enerji sektöründeki net etkinin nihai mal talebi üzerindeki ekonomik etkisini iyileştirmek ve aynı zamanda uzun vadedeki üretimi etkilemek adına bir simülasyon oluşturulmuştur. Bir diğer simülasyonda ise bunlardan farklı olarak enerji sektöründeki petrol vergisi gelirlerinin özel sektöre verilmesindeki başlıca faktörün devletin bütçe politikalarından kaynaklandığı açıklanmaktadır. Yüksek petrol gelirleri ve tüm dünyayı etkileyen ekonomik faktörler bu çalışma için HH’nin olabileceğinin göstergesidir.

Uluslararası literatürde yer alan ve Rudd (1996) tarafından gerçekleştirilen ve 1960-1990 dönemini kapsayan bir diğer çalışmada HH’nin tespiti için EKK yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada odaklanılan ülkeler arasında Hollanda, Nijerya ve Endonezya yer alırken, her ülke için ayrı ayrı regresyon kurulmuştur. Değişken olarak hükümet harcamaları, reel döviz kuru, para arzı, üretim maliyetinde uluslararası fark, kişi başına düşen gelir ve reel GSYİH ele alınırken, analiz sonucunda Endonezya ve Hollanda’da HH’nin var olduğu, ancak Nijerya için HH’nin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sachs ve Warner (1999), 11 Latin Amerika ülkesi için (Arjantin, Bolivya, Brezilya, Şili, Kolombiya, Ekvator, Meksika, Paraguay, Peru, Uruguay ve Venezuela) 1960-1994 yılları arasında HH’nin yaşanıp yaşanmadığına dair bir araştırma yapmıştır. Elde edilen bulgulara genel bir çerçeveden bakıldığında HH’nin geçerliliği hipotezinin kabul edilmiş olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. HH ile ilgili yapılan bir diğer çalışma Olusi ve Olagunju’ye (2005) aittir ve araştırmacılar Nijerya’da ticarete konu olan sektörlerin düşüşüne yol açacak herhangi bir kaynak patlamasının HH’ye etki edip etmediğini incelemektedir. 1980:1-2003:1 dönemlerini kapsayan üç aylık veriler VAR yöntemiyle incelenirken, bu aşamada ham petrol ihracatı, tarımsal ürün, enflasyon oranı, uzun vadeli faiz oranı, kısa vadeli faiz oranı, döviz kuru ve reel GSYİH gibi değişkenler kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlarda HH’nin uzun vadede de olsa Nijerya’da bulunduğu işaret etmektedir.

Oomes ve Kalcheva’nın (2007) birlikte kaleme aldıkları çalışmada, 1995-2005 aralığını kapsayan dönemde Rusya ekonomisi için HH varlığı sınanmıştır. Çalışmada reel efektif döviz kuru, hükümet harcamaları, net uluslararası rezervler, petrol fiyatları, dış talep, verimlilik diferansiyeli ve yolsuzluk değişkenler olarak modele dâhil edilmiş ve eşbütünleşme yöntemleri sonuçlarına dayanarak, petrol fiyatlarındaki %1’lik artışın reel döviz kurunu %50 artırdığı

sonucuna ulaşılmıştır. HH'nin olduğuna dair düşünceleri doğrulamış ancak çalışmada kesin bir kanaate ulaşılamamış ve sonraki dönemler için riskin söz konusu olduğu belirtilmiştir.

Konuyla ilgili çalışmalardan bir diğeri Yürük'e (2008) aittir ve araştırmacı ele aldığı çalışmada Rusya'nın 1995-2007 yılları arasındaki doğalgaz fiyatlarının uluslararası rezervlere olan etkisini incelemiştir. Ulaşılan sonuçlarda petrol ve doğalgaz gelirlerindeki artışın, uluslararası rezervlerin de artmasına neden olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Reel efektif döviz kuru ile cari denge arasındaki ilişki incelendiğinde pozitif bir ilişkiye ulaşılamamış, buna karşın cari denge ve ekonomik büyüme değişkenleri arasında ise pozitif ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Rusya'da 1995-2007 döneminde ulaşılan söz konusu bulgular, HH'nin varlığına işaret etmektedir. Hollanda Hastalığının varlığını inceleyen diğeri bir çalışma Javaid'e (2009) aittir ve 1981-2007 yılları arasında Güneydoğu Asya ülkeleri için bir araştırma yapılmıştır. Reel döviz kurunu belirleyebilmek amacıyla ve ülkenin yabancı kaynak girişlerinin test edilmesi için statik ve dinamik panel veri yöntemi kullanılmıştır. Analizde, reel döviz kuru ve gelirler bağımlı değişken, doğrudan yabancı yatırım, resmi kalkınma yardımı, açıklık ve nihai tüketim harcamaları ise açıklayıcı değişkenler olarak ele alınmıştır. Yapılan tahmin analiz ülkelerindeki HH varlığını doğrulamıştır.

Rajan ve Subramanian (2009), çalışmada 1980 dönemi için 47 adet gelişmekte olan ülkeyi 1990 dönemi için ise 31 ülkenin verilerini kullanmıştır. Ülkelerin rekabetçi olmayan döviz kurlarından kendini arındırmalarını ifade eden bu çalışmada HH'ye ait bulgulara rastlanmıştır. Gurbanov (2011) ise 2002-2008 dönemini ele aldığı çalışmada Azerbaycan kapsamında bütçe harcamaları ile ekonomik sektörler arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlamıştır. Elde edilen sonuçlara göre, Azerbaycan'da 2004 yılı itibariyle, petrol sektöründeki gelir düzeyinin iki kat artmış olduğu gözlemlenmektedir. Petrol gelirlerindeki bu artışın yanında diğeri ticarete konu olan ya da olmayan sektörlerin istihdamında da artışın varlığı göze çarpmaktadır. Ancak Hollanda Hastalığı kapsamında bu sonuç teorik olarak tutarlı bir sonuca karşılık gelmemektedir. Nitekim HH'nin varlığı söz konusu olduğunda sektörün üretim ve istihdam performansında artış yerine düşüşün olması beklenmektedir. Bu noktada Azerbaycan için yaşanan durumun petrolden kaynaklı kazanç patlamasıyla ortaya çıkan sanayisizleşmeden kaynaklandığı söylenebilir. HH'nin varlığına yönelik bir başka çalışmada Gasmi ve Lahorları (2017) Cezayir'in 1960-2013 dönemini ele alarak bu sorunun geçerliliğini sınıamışlardır. Cezayir'deki reel efektif kuru ile petrol fiyatları arasındaki ilişkinin, ARDL yöntemi kullanılarak değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin varlığına dair bilgilere ulaşılmıştır. Reel efektif döviz kuru bağımlı değişken olarak modele dâhil edilirken, harcama etkisinin de modelde yer almasıyla reel petrol fiyatları ile uzun vadede olumlu sonuçlar vermesi beklenmektedir. Çalışmanın sonucunda ele alınan dönemde Cezayir'de HH'nin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mammadov (2018) çalışmada petrol fiyatı, döviz kuru, uluslararası rezervler ve GSYİH değişkenlerini, 2005-2016 yılı verilerini kullanarak HH'yi Azerbaycan için test etmektedir. Petrol fiyatları HH'yi doğrudan etkilediği için döviz kuru değişkeni de bu çalışmada kullanılmıştır. Seçilen son değişken ise uluslararası rezerv değişkenidir. Etki tepki modeli, yöntem olarak kullanılan çalışmada kısa ve orta vadede GSYİH, uluslararası rezervler ve döviz kurunun petrol fiyatlarına bağlı olduğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen bu sonuçlar, Azerbaycan ekonomisinin doğal kaynaklara dayanan bir ekonomi olduğunu göstermektedir. Mammadov (2018) çalışmada ayrıca 1995-2017 döneminde Azerbaycan'da HH'nin varlığına ilişkin ekonometrik bir analize de yer vermektedir. Analizde bağımlı değişken sanayi istihdamı olarak ele alınmıştır. Bağımsız değişkenler ise sanayide ücretler, petrol üretimi, doğal gaz üretimi, sanayi ihracatı ve imalat sanayi üretimi olarak modele eklenmiştir. Çalışmada yöntem olarak ARDL kullanılmış ve üç farklı model oluşturulmuştur. Genel anlamda elde edilen tüm bu bulgular, analiz dönemi içerisinde Azerbaycan'da HH'nin olduğunu kanıtlamaktadır. Bu çalışmaların yanında Ojaghlou (2019) tarafından kaleme alınan çalışmada Türkiye'nin 1975-2017 yılları arasındaki turizm sektörü HH açısından değerlendirilmiştir. Bulgulara ulaşmak için

ARDL sınır testi, yapısal ve Bayesian VAR yöntemleri kullanılmıştır. Analiz yöntemlerinde elde edilen sonuçlara göre turizm açısından HH’nin var olduğunu gösteren hipotezleri doğrulamaktadır.

Hollanda Hastalığına yönelik ulusal çalışmalar incelendiğinde Yıldırım Mızrak’ın (1999) kaleme aldığı çalışmanın öncüler arasında yer aldığı söylenebilir. Araştırmacı, yurt dışındaki işçilerin Türkiye’ye gönderdikleri dövizleri baz alarak Hollanda Hastalığını incelemiş ve bu bakış açısı konunun farklı değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Özellikle 1960’lı yıllarda Türkiye’den batıdaki gelişmiş ülkelere yoğun işçi göçü yaşanmış, yurt dışına gönderilen işçiler, 1963-1975 yılları arasında ülkeye oldukça fazla miktarda döviz göndermiş ve bu durum Türkiye’deki döviz rezervinin artmasına sebep olmuştur. Yıldırım Mızrak (1999) bu çalışmasında belirtilen dönem aralığında göç eden işçilerin ülkede Hollanda Hastalığı etkilerinin oluşmasına neden olduğunu belirtmektedir. 1988-2009 yılları arasında, gelişmekte olan ülkelere yönelik işçi dövizlerinin reel kur üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik kaleme alınan çalışmada Arı ve Özcan (2012) panel veri yöntemini kullanmıştır. Söz konusu çalışmada bağımlı değişken olarak reel döviz kurunun doğal logaritması alınmış, bağımsız değişkenler olarak ise reel işçi dövizlerinin doğal logaritması, dışa açıklık oranı, ihracat ve ithalatın GSYİH içerisindeki oranlarının toplamı, reel kamu harcamalarının doğal logaritması, GSYİH büyüme oranının doğal logaritması ve reel borçlanma faiz oranlarının enflasyona karşı düzeltilmiş verileri ele alınmıştır. Uygulanılan testler sonucunda reel kur ile işçi dövizleri arasında pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Çıkan sonuç doğrultusunda, gelişmekte olan ülkelerde HH’nin varlığına ilişkin bulgulara rastlanmaktadır.

İncelenen ulusal ve uluslararası literatür ile bu çalışmanın ampirik kısmının temel farkı; HH’nin inşaat sektöründen hareketle test edilmiş olmasıdır. Bir diğer ifadeyle ele alınan çalışmalarda inşaat sektörü bazlı bir analize rastlanılmamış olup, literatürün HH’ye neden olduğu vurgulanan ve üçüncü sektör olarak vurgulanan ticareti yapılamayan mal sektörünü temsilen inşaat sektörünün Türkiye odağında analize dâhil edilmiş olması bu çalışmanın temel farkını oluşturmaktadır.

3. Ampirik Analiz: Türkiye’de İnşaat Sektörü Temelli Hollanda Hastalığı

3.1. Veri Seti

Literatür Hollanda Hastalığını her ne kadar sanayinin gelişimi ve doğal kaynak rezervi keşfiyle ilişkilendirmiş olsa da, bu çalışma üçüncü sektör olan ticareti yapılamayan mal sektörüne yönelmiştir. Özellikle, Türkiye’de son 20 yılda finansmana erişimin nispeten kolaylaşmasıyla hızlı büyüme ivmesi gösteren inşaat sektörü ile sanayi sektörünün ilişkisinin analiz edilmesi hedeflenmiş, bu noktada Türkiye’deki inşaat sektörünün sanayi sektörü üzerinde olumlu ya da olumsuz bir etki yaratıp yaratmadığı merak edilmiş ve istatistiksel hipotez aşağıdaki şekilde kurulmuştur:

“Türkiye’de inşaat sektörünün gelişimi sanayiye olumsuz etkilemekte, üretim ve istihdam bakımından dışlamaktadır”.

Türkiye’de inşaat sektörü bazlı Hollanda Hastalığının varlığını sınamak için kurulan modeldeki değişkenlerin tümü Türkiye İstatistik Kurumu’ndan (TÜİK) elde edilmiştir (TÜİK, 2019). Analiz yöntemi olarak panel veri yöntemi ve değişkenlere yönelik veri setinin eksiksiz olması bakımından en uygun bölge olan ve 26 bölgeden oluşan Düzey 2 seçilmiştir ki söz konusu veri seti 2009-2017 dönem aralığını kapsamaktadır. Bu noktada özellikle son yıllarda Türkiye’de inşaat sektöründe yaşanan gelişmelerin sanayi sektörüne etkisinin nasıl olduğu sorusu merak uyandırdığından, veri seti kısa tutulup sadece yakın geçmişteki değişimler gözlenmek istenmiştir. Bu amaçla literatürden de yararlanılarak oluşturulan modelde kullanılan logaritmik değişkenler; sanayi istihdamı (bağımlı değişken), inşaat girişimi sayısı, dış ticaret hacmi, GSYİH ve toplam istihdam şeklinde sıralanabilir. Söz konusu bağımsız değişkenlerin

bağımlı değişken olan sanayi istihdamını nasıl etkilediğinin analizi için model, panel veri yöntemi ve STATA paket programı yardımı ile sınanmıştır.

Tahmin edilen söz konusu model;

$$Insanayistihdam_{it} = a + \beta_1 Indıstichacmi_{it} + \beta_2 Inınşaatgirişit + \beta_3 Ingsyih_{it} + \beta_4 Intopistihdam_{it} + u_{it} \quad (1)$$

<i>Insanayistihdam_{it}</i>	Sanayi istihdamı
<i>Indıstichacmi_{it}</i>	Dış ticaret hacmi
<i>Inınşaatgirişit</i>	Toplam inşaat girişimi sayısı
<i>Ingsyih_{it}</i>	Kişi başına dışen gayrisafı yurtiçi hasıla
<i>Intopistihdam_{it}</i>	Toplam istihdam

Eşitlik 1’de yansıtılan modelin kurgulanması aşamasında, *i* bölgeyi, *t* ise zamanı, yani veri setinin bulunduğu dönemi, *a* sabit parametreyi, *u_{it}* ise hata terimini temsil etmektedir. Modeldeki diğer değişkenler:

Insanayistihdam_{it}: Toplam sanayi istihdamının doğal logaritmik değerini göstermektedir. Model, bu bağımlı değişken üzerine kurgulanmış olup, bunun bağımsız değişkenler tarafından nasıl etkilendiği incelenmektedir. Bağımlı değişken olarak sanayi istihdamının ele alınmasındaki gerekçeler arasında, söz konusu göstergenin HH’nin tespitinde literatür (Gurbanov, 2011; Mammadov, 2018; Adenauer ve Vagassky, 1998; Younger, 1992; De Gregorio e Wolf, 1994; Corden ve Neary, 1982) tarafından sıklıkla kullanılmış olması gösterilebilir.

Indıstichacmi_{it}: *i* bölgesinde, *t* dönemindeki dış ticaret hacminin doğal logaritmasıdır. Türkiye’de dış ticaretin büyüme üzerinde güçlü etkisinin olduğunun (Gülmez, 2019: 124) kabulünden hareketle söz konusu değişkenin sanayi istihdamı üzerinde de aynı etkide artış göstereceği beklenmektedir. Bu nedenle bu değişken için beklenen katsayının işaretinin pozitif olacağı ve sanayi istihdamını pozitif yönde etkileyeceği düşünölmektedir.

Inınşaatgirişit: İnşaat sektöründeki girişim sayısının doğal logaritmasını gösteren bu değişken katsayısının negatif olması durumunda Hollanda Hastalığı hipotezi doğrulanacaktır. Ekonomik hacim ve büyüme hızı bakımından özellikle son yıllarda ciddi bir ivme yakalayan inşaat sektörü diğer sektörlerle ilişkili olma seviyesini her geçen gün artırmaktadır. Durum böyleyken, inşaat sektörünün, öлке ekonomisinde önemli bir yeri bulunan sanayi sektöründe dışlama etkisi yaratıp yaratmadığı ya da sanayiye besleyip beslemediği yönündeki sorulara yanıt bulmak zorunlu hale gelmiştir. İnşaat girişimi değişkeni sanayi istihdamı değişkenini negatif etkilediği takdirde Türkiye için Hollanda Hastalığının olabileceğine dair vurgu yapılması mümkün hale gelecektir. Özetle, Hollanda Hastalığı kapsamında incelenen üçüncü sektör olan ticareti yapılamayan mal sektörü içerisinde yer alan inşaat sektörü analizdeki belirleyici noktayı oluşturmaktadır.

Ingsyih_{it}: Kişi başına GSYİH’nin doğal logaritması alınmış halidir. Bu değişkenin alınmasındaki temel unsur, Nicholas Kaldor’un temel düşünce prensipleridir. Nicholas Kaldor, Postkeynesyen anlayışın oluşmasında ve bu görüşün gelişmesinde öncü olmuştur. Ekonomik büyüme teorileri ile literatürde adını duyuran Kaldor’un üç temel yasası vardır ki bunların ilki, ekonomik büyüme oranı ile imalat sanayi büyüme oranı arasında doğrusal pozitif bir ilişkinin olduğunu ifade eder ve yine Kaldor, imalat sektörünün ekonomiyi güçlendirdiğine dair bulguların olduğunun dikkatini çekmektedir (Mercan ve Kızılkaya, 2013, ss. 137-160). Bu bilgiler ışığında GSYİH değişken işaretinin pozitif olması beklenmektedir.

Intoplamistihdam_{it}: Toplam istihdam değişkeninin logaritmasını yansıtmak üzere modelde yer almaktadır. Söz konusu değişkenin modele dahil edilmesindeki gerekçeler arasında toplam istihdamın yapısında meydana gelecek değişikliklerin doğrudan doğruya sanayi

istihdamına yansıtacağı düşüncesi yer almaktadır. Bu doğrultuda toplam istihdamdaki bir artış/azalış, sanayi istihdamını da olumlu/olumsuz yönde etkileyecektir.

3.2. Yöntem

Bu bölümde Türkiye’de inşaat sektörünün, Hollanda Hastalığına neden olup olmadığını sınamak amacıyla ele alınan yöntem açıklanmaktadır. Bu amaçla analizde panel veri analiz yöntemi tercih edilmiş ve bu yöntemle ilişkin bilgiler ana hatlarıyla sunulmuştur.

Ekonometrik modeller; yatay kesit, zaman serisi ve panel veri analizlerinden oluşmaktadır. Üç veri seti modelinden yatay kesit, birimler arasındaki tek dönem hakkında bilgi sunarken, zaman serisi bir birime ait dönemlerin bilgisini sunmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2017, s. 1). Bu çalışmadaki analizde kullanılan panel veri kavramı ise, farklı zaman periyotlarında haneler, ülkeler ve firmalar gibi kesiti oluşturan bölümlerin bir arada olmasını temsil etmektedir (Baltagi, 2005). Ekonometrik analizlerde, (N>T) olduğu durumlara sıklıkla rastlanır ki bu yapı, yatay kesit birim sayısının (N) zamanı oluşturan dönem sayısından fazla olduğunu göstermektedir. Panel veri modelinin genel yapısı;

$$Y_{it} = a_{it} + \beta_{it}X_{it} + u_{it} \quad i=1, \dots, N; \quad t=1, \dots, T \quad (2)$$

Modelde;

$i=1, \dots, N$ kesit birimini (firma, birey, hane halkı, şehir gibi)

“Sabit Etkiler Modeli” birimler ve zamana ya da birimler veya zamana göre değişiklik gösteren modellerdir (Pazarlıoğlu ve Güler, 2007, s. 37). Zamana ve birime göre değişiklik gösteriyorsa “Tek Faktörlü Sabit Etkiler Modeli”, zamana veya birimlere göre farklılık gösteriyorsa ise buna “İki Faktörlü Sabit Etkiler Modeli” denilmektedir (Gürüş ve diğ., 2017, s. 16). Bu modellerde, kesitler arasındaki farklılıkların tümü sabit parametre içerisinde yer almaktadır. Sabit etkiler modellerinde, açıklayıcı değişkenlerin (x) hata terimi ile ilişkisine izin verilmediği fakat birim etki ile açıklayıcı değişkenlerin korelasyonuna izin verildiği bilinmektedir.

$$Y_{it} = \beta_{0it} + \beta_{1it}X_{1it} + \beta_{2it}X_{2it} \dots + \beta_{kit} + u_{it} \quad (3)$$

şeklindedir.

Sabit terimdeki farklılıklar ile ifade edilen sabit etkiler modelinde, birimler arasındaki farklılıklar sabittir ancak bazı durumlardaki örnek birimler tesadüfi olarak alınmaktadır. Böyle bir durumda ise birimler arasındaki farklılıklar da tesadüfi bir sonuç sergilemektedir (Tatoğlu, 2016: 102). Birim etkiler tesadüfi bir şekilde seçildiğinde, tesadüfi modellerin yapısını oluşturur. Tesadüfi etkiler modellerinde birim etki, sabit bir şekilde değil tesadüfi bir şekilde seçilmesinden dolayı hata terimi içerisinde yer almaktadır (Toramanoğlu ve Görmüş, 2018, s. 5).

Tesadüfi etkiler modelinin en genel gösterimi (Wooldridge, 2012, s. 492; Yerdelen Tatoğlu, 2016, s. 103);

$$Y_{it} = \beta_{0i} + \beta_{1i}X_{1it} + \beta_{2i}X_{2it} \dots + \beta_{kit} + \mu_i + u_{it} \quad (4)$$

ya da,

$$Y_{it} = \beta_{0i} + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + (\mu_i + u_{it}) \quad (5)$$

şeklindedir.

Bununla birlikte Hausman (1978), tarafından ortaya konulan spesifikasyon testi olan sınama aracının amacı tanımlama hatalarını ölçmektir. Bu testin kullanılmasındaki bir diğer amaç da sabit ve tesadüfi etkiler modelleri arasında bir tercih yapmaktır. Bunun için de tesadüfi etkiler modeli içinde yer alan hata teriminin açıklayıcı değişken ile ilişkisiz olduğu varsayımından hareketle ilerlemektedir (Greene, 2003, s. 327). Sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modellerini ayırt etmedeki en önemli unsurlardan biri de birim değişkenin bağımsız değişkenle

olan ilişkisidir. İki değişken arasında ilişki varsa, sabit etkiler modeli en uygun modeldir. Diğer bir durum ise iki değişken arasında ilişkinin olmamasıdır ki söz konusu koşul tesadüfi etkiler modelinin kullanılacağını gösterir (Yerdelen Tatoğlu, 2016, s. 185). Bu noktada test hipotezlerini aşağıdaki gibi yazmak mümkündür;

H_0 = Açıklayıcı değişken ile birim (zaman) etki arasında ilişki yoktur (Tesadüfi Etkiler Modeli).

H_1 = Açıklayıcı değişken ile birim (zaman) etki arasında ilişki vardır (Sabit Etkiler Modeli).

Bununla birlikte panel veri modelleriyle çalışılırken, birimler arası korelasyon ve otokorelasyonun olmadığı, aynı zamanda birim içerisinde ve birimlere göre eşit varyans olduğu varsayımları dikkate alınır. Tüm bu varsayımlar gerçekleştiğinde varyans kovaryans matrisi birim matrise eşit olmaktadır. Aksi durum söz konusu olduğunda ise varyans kovaryans matrisi birim matrise eşit olmayacaktır. Tüm varsayımlar dikkate alınmadan tahmin yapılması, standart hataların sapmalı sonuç vermesini etkileyecek aynı zamanda t istatistiklerinin güvenilirliğinin kaybolmasına sebebiyet verecektir (Yerdelen Tatoğlu, 2016, s. 211). Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) tarafından geliştirilen Arellano, Froot ve Rogers tahmincisi ise kalıntıların panel veri analizi modellerinde bağımsız dağılım sergileme koşulunun sağlanmadığı durumlardaki tahminlere izin vermektedir. Bu test aynı zamanda birim içerisinde korelasyonun olduğu fakat birimler arasında korelasyonun olmadığı durumlarda dirençli standart hataların oluşmasını sağlamaktadır.

4. Bulgular

Model tercihinin karar aşamasında uygulanan tüm testlerin ortak sonuçları klasik panel modelin uygun olmadığına işaret etmektedir. Bu noktada sabit ve tesadüfi etkiler arasındaki ayrıma karar verilerek analizde kullanılacak temel model seçilmelidir ki Hausman testi sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modelleri arasındaki tercihte kullanılan temel test olarak kendini göstermektedir. Geline aşamada Ek Tablo: 1’de yansıtılan Hausman test sonuçlarından elde edilen olasılık değeri $0.00 < 0.05$ ’tir ve bu nedenle H_0 hipotezi reddedilmektedir. Dolayısıyla Hausman testi sonrasında, *analizde kullanılacak en uygun modelin sabit etkiler modeli* olduğuna karar verilmiştir. Panel veri modellerinin geçerli olması ve sağlıklı sonuçlar verebilmesi için değişen varyansın, otokorelasyonun ve birimler arası korelasyonun olmaması gerekmektedir. Yapılan tahmin sonucunda Ek Tablo: 2’de yansıtılan Wald testi bulgularına göre varyansın birimlere göre aynı olmadığı, yani modelde birimlere göre değişen varyans sorununun var olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Ayrıca Bhargava, Franzini ve Narendranathan’ın Durbin Watson (1982) testi sonuçlarına göre (Ek Tablo: 3) test istatistiği 2’den küçüktür ki bu durumda otokorelasyon vardır çıkarımı yapılabilmektedir. Ayrıca Pesaran (2004) testi olasılık değeri %5’ten büyük olduğu için birimler arası korelasyonun olmadığı anlaşılmaktadır (Ek Tablo: 4).

Sabit etkiler modelinde sabit varyans ve otokorelasyonsuzluk varsayımları sağlanmadığında, bu durumu düzeltmek ve daha iyi sonuçlar elde etmek için başvurulan testlerden biri Arellano, Froot ve Rogers tahmincisidir. Diğer bir deyişle bu yöntem, değişen varyans ve otokorelasyon probleminin yaşandığı analizlerde kullanılmaktadır. Panel veri analizinde birim içinde korelasyonlu, birimler arasında ise korelasyonsuz olduğu durumlarda dirençli standart hatalar üretmektedir. Geline aşamada analizde uygulanan Arellano, Froot ve Rogers yöntemine ait bulgular Tablo 1’deki şekliyle yansıtılabilir.

Tablo 1. Arellano, Froot ve Rogers tahmincisi bulguları

Bağımlı Değişken	İnsanayiistihdam _{it}			
	Katsayılar	Standart Hata	t istatistiği	P> t
İndiştichacmi _{it}	-.0172292	.0628180	-0.27	0.786
İnşaatgirişit	.3588006	.0909891	3.94	0.001*
İngsyih _{it}	.2004013	.1371072	1.46	0.156
İntopistihdam _{it}	.6979701	.1592702	4.38	0.000*
Sabit	-1.807833	.5705512	-3.17	0.004*

Not: *: %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 1’deki bulguların ışığında dış ticaret hacmi ve GSYİH değişkenlerinin istatistiki olarak anlamsız oldukları söylenebilir. Ayrıca parametre tahminlerinde herhangi bir değişiklik sağlamamasına rağmen standart hatalar üzerinde değişiklik gösteren dirençli tahminciler yönteminde, standart hataların ilk sabit etkiler modelinin standart hatalarına göre azalış gösterdiği söylenebilmektedir. Buradan hareketle uygulanan düzeltme yöntemin işe yaradığı söylenebilir.

İnşaat sektörünün HH’ye neden olduğunu ve sanayiye dışladığını söyleyebilmek için tahmin sonucunda inşaatı temsil eden değişkene ait katsayının işaretinin negatif olması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle bu hastalığın varlığının tespiti için inşaat girişimi sayısındaki artışın ve dolayısıyla sektörel büyümenin bağımlı değişken olan sanayi istihdamını geriletmesi gerekmektedir³. Yapılan tahmin sonucunda inşaat sektörünü temsilen modele dâhil edilen inşaat girişim sayısının işareti beklenildiğinin aksine pozitif elde edilmiştir (Tablo 1). Bu noktada inşaat girişimi sayısındaki her %1’lik artışın, sanayi istihdamını geriletme bir yana, %0,36 artırdığı söylenebilir. Daha önce de vurgulandığı üzere HH’nin varlığı bu değişken üzerinden aranmaktadır. Ancak modelin tahmin sonuçları göstermektedir ki Türkiye’de inşaat sektörü sanayi sektörünü dışlamamaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de inşaat sektörü temelli HH’nin varlığından bahsetmek güçtür. Bir başka ifadeyle inşaat sektörü, üretim ve istihdam bakımından sanayi sektörü için herhangi bir tehdit yaratmamakta, aksine çeşitli alanlarda fırsatlar sunmaktadır. Analiz sonucunda beklenen durumdan farklı bir sonuca ulaşılmasının sebepleri arasında, inşaat sektörünün ileri ve geri bağlantı sayılarının bir hayli fazla oluşu yer almaktadır⁴. Diğer bir değişle ekonomik yapıyı oluşturan çeşitli sektörlerle ileri-geri bağlantısı yüksek olan inşaat sektörünün bu sektörlerdeki üretilen mal ve hizmetleri girdi şeklinde kullanıp, sektörün çıktısını oluşturur bir konumu bulunmaktadır. İnşaat sektörünün çıktısını oluşturan bu yapı diğer sektörlerin mal ve hizmetlerinin ögesi konumundadır. Dolayısıyla inşaat sektörü sanayiye hem girdi sağlayan hem de sanayinin üretimini girdi olarak kullanan bir sektör olarak kendini göstermektedir. Buradan ve model tahmin sonuçlarından hareketle; inşaat sektöründeki girişim sayısı ve dolayısıyla üretim düzeyi arttıkça, sanayi istihdamının genişlediği çıkarımını yapmak mümkündür. Bu özellikleri içermesinden dolayı Türkiye’de inşaat sektörü devamlılığı süregelen bir sektör olarak kendini göstermektedir. Bir başka ifadeyle öncü sektör olarak nitelendirilen inşaatın diğer sektörlerle olan yakın ilişkisi, inşaat sektörünün yakalayacağı yukarı yönlü bir ivmelenmenin ekonomi üzerinde olumlu sonuçlar doğuracağına, aksi durumun ise ekonomiyi olumsuz etkileyeceğine işaret etmektedir (Kaya ve diğ., 2013, s. 163).

Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre Türkiye’de ele alınan dönem için inşaat sektörü kaynaklı HH’nin yaşanmadığı değerlendirilmesi yapılabilir. Dahası inşaat sektöründe

³ Sanayi istihdamında meydana gelen/gelecek herhangi bir değişikliğin nedenini salt inşaat sektöründeki gelişmelere bağlamak elbette ki sürecin sadece bir kısmını oluşturmaktadır. Bir başka ifadeyle, inşaattaki gelişmelerin yanında teknolojik ilerleme, otomasyon, teşvik politikaları, yatırım ortamı vb. faktörler de sanayi üretimini/istihdamını etkilemekte ve belirlemektedir. Ancak bu çalışmanın temel amacı “inşaat sektörünün sanayiye yansımalarını ortaya çıkarmak” olduğundan, diğer faktörlerin değişmediği varsayılmaktadır. Dolayısıyla tüm bulgular bu varsayım göz önünde bulundurularak ve modele dahil edilen değişkenler sınırında değerlendirilmiştir.

⁴ İleri bağlantı, herhangi bir sektörün çıktısının diğer sektörlerin ara girdilerindeki yerini gösterirken, geri bağlantı bu bağlantının sektörün ara girdideki talepleri vasıtası ile diğer sektörleri nasıl harekete geçirdiğini gösterir. Bu bağlamda ileri bağlantı katsayısının yüksek olduğu sektörler diğer sektörlerle yönelik ara girdi arzını artırır. Geri bağlantı katsayısının yüksek olması ise sektördeki bir birimlik artışın diğer sektörlerdeki üretimi önemli ölçüde etkilediğini belirtir (Aydoğuş, 1990; akt. Yılcıncı, 2008, s. 76).

yaşanılan/yaşanılacak gelişmelerin ekonomiye (örneğin sanayi sektörüne) katkıda bulunacağını söylemek de mümkündür. Çalışmanın başlangıcında inşaat sektöründeki büyümenin istihdamı ve kaynakları kendi lehine çekebileceği düşüncesiyle sanayiye dışlayacağı beklendiği vurgulanmıştır. Ancak bulgular göstermektedir ki, Türkiye’de inşaat sektörü sanayi sektörünü pozitif yönde etkilemektedir. Bu bağlamda, inşaat sektörü sanayi için bir tehdit unsuru değil, aksine bu sektörü besleyen ve avantaj sağlayan bir konuma sahiptir çıkarımı yapılabilir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de 2001 krizi sonrası özellikle bankacılık alanında uygulamaya konulan iyileştirme politikaları ve yapısal reformlar finansmana erişimi kurallı hale getirmiş, bu süreç konut talebini artırmış ve inşaat sektörünün ülke bazında önem kazanmasında etkili olmuştur. Diğer bir ifadeyle inşaat sektörüne pozitif dışsallık yaratan bu gelişme süreci sektörün gelir ve istihdam gibi makro değişkenlerine olumlu yansırken, bunun diğer sektörlerle etkisinin tespiti bu çalışmanın kaleme alınmasının temel gerekçesini oluşturmuştur. Örneğin inşaat sektörünün 2000’li yılların başından itibaren artan ivmeli büyüme performansının sanayi sektörünü nasıl etkilediğinin ve bu büyümenin sanayiye dışlayan ya da içselleştiren bir gelişmeyle mi süregeldiğinin ortaya çıkarılması çalışmanın başlıca amaçları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda inşaat sektörü sanayi sektörünü dışlamak suretiyle mi öncü sektör haline geldi? Ya da sanayi sektörü ile hareket ederek ekonomiye topyekûn bir katkı sağlandı? sorularına yanıtların bulunması hedeflenmiş ve bunların ortaya çıkarılmasına yönelik ampirik analizler uygulanmıştır. Birbiri ile bağlantılı olan bu iki sorudan ilkinin gerçekleşmesi HH’nin varlığına işaret ederken, diğer durumun gerçekleşmesi de inşaatın sektörel tamamlayıcılığına karşılık gelmektedir.

Bu noktada Türkiye’de inşaat sektörü kaynaklı HH’nin olası varlığının ortaya çıkarılması adına 2009-2017 döneminde panel veri yöntemi kullanılarak bir analiz yapılmış ve bu doğrultuda oluşturulan modelde bağımlı değişken olarak sanayi istihdamı seçilmiştir. Bunun yanında bağımsız değişkenler olarak dış ticaret hacmi, GSYİH, toplam istihdam ele alınırken, Hollanda Hastalığının varlığını sınamak adına modele inşaat girişimi sayısı da eklenmiştir. Bu çerçevede Türkiye’de Düzey 2 ölçeğini temsilen 26 alt bölgeye ait verilerin tümü logaritmik olarak analize dâhil edilirken, tahmin sonucunda Türkiye’de inşaat sektörünün Hollanda Hastalığına neden olduğunun tespiti için inşaat girişimi bağımsız değişkeninin işaretinin negatif olması beklenmektedir. Nitekim inşaat sektöründeki büyümenin sanayi sektörünü olumsuz yönde etkilemesi ülkenin tek bir kaynağa yönelmiş olduğunun, sanayiden negatif ayrıştığı ve diğer kaynaklara olan etkisini azaltmış olduğunun göstergesidir ve bu durum Hollanda Hastalığının genel geçer bir göstergesidir.

Bu çalışmada panel veri analiz yöntemiyle gerçekleştirilen tahmin sonucunda inşaat girişim sayısında meydana gelen her %1’lik artışın sanayi istihdamını %0,36 düzeyinde artırmış olduğu görülmektedir. Bu durum inşaat sektörünün sanayi sektörünü dışlamaktan ziyade bu sektörün gelişmesine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, bu gelişme inşaat sektörü ile sanayi sektörünün bir anlamda tamamlayıcılık ilişkisinde olduğuna karşılık gelirken, inşaattaki ilerlemenin sanayi üretimini ve dolayısıyla sanayi istihdamını artırdığını ifade etmektedir. Çalışmanın başlangıcında vurgulanan “Türkiye’de inşaat sektörü sanayiye dışlamak suretiyle Hollanda Hastalığına neden olur” hipotezi reddedilirken, bu iki sektörün birbirini beslediği sonucuna ulaşılmaktadır. Buradan hareketle Türkiye için inşaat sektörü bazında 2009-2017 yıllarını kapsayan dönemde Hollanda Hastalığının olmadığına dair bir değerlendirme yapılabilir.

Elde edilen değerlendirmeler sonucunda ilerleyen dönemlerde Hollanda Hastalığının oluşmasını gidermek adına sanayi ve inşaat sektörüne ilişkin teşvik düzenlemeleri ve bunun istikrarlı hale getirilmesi önerilebilir. Kamu aracılığı ile inşaat ve sanayi sektörlerine sunulacak bu teşviklerin her iki sektörün de canlanmasına katkı sunacağı beklenebilir. Özellikle konut kredilerinde uygulanabilecek düşük faiz politikası inşaat sektörüne yönelik talebi artıracak, bu

durum ise uzun vadede imalat sanayiye pozitif yansıtacaktır. Bununla birlikte ithal girdi bağımlılığı yüksek olan bu iki sektörün gelişiminin sürekli hale getirilebilmesi adına düşük kur politikası önerilebilir.

Çalışmanın son kısmında vurgulanmak istenen bir diğer önemli husus ise ileride bu konuyu çalışmak isteyen araştırmacılara ve politika yapıcılara ithafettir. İnşaat sektörüne yönelik nihai konut, altyapı veya yapı malzemeleri bileşenlerinden oluşan detaylı verilerin elde edilmesi ile inşaat sektörü temelli Hollanda Hastalığı konusu daha kapsamlı şekilde incelenebilir. Dolayısıyla politika yapıcılara sektör bazlı verilerin detaylandırılmasının önemi tekrar hatırlatılırken, bu durum araştırmacıların önünü açacak ve daha ayrıntılı çalışmaların kaleme alınmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adenauer, I. ve Vegassky, L. (1998). Aid and the real exchange rate: dutch disease effects in African countries”, *Intereconomics*, 33(4), 177-185.
- Akçacı, T. ve Karaata, A. (2014). *Türkiye’de uluslararası fonların paradoksal etkisi: Hollanda hastalığı*. International conference on eurasion economies, Makedonya, 385-393.
- Aras, O. ve Süleymanov, E. (2016). *Azerbaycan iqtisadiyyatı*. Bakı: Şerq- Qerb Matbeesi.
- Arellano, M. (1987). Computing robust standard errors for within- groups estimators, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 49(4), 431-434.
- Arı, A. ve Özcan, B. (2012). Hollanda hastalığı: gelişmekte olan ülkeler üzerine bir uygulama, *Sosyoekonomi*, 18(18),153-171.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data*. 3rd Edition John Wiley & Sons LTD: New York.
- Bhargava A., Franzini, L. ve Narendranathan, W. (1982). Serial correlation and fixed effect models. *The Review of Economic Studies*, 49(4), 533-549.
- Boyras, H. M. (2014). Hollanda Hastalığı Nedir?, <http://politikaakademisi.org/2014/07/18/hollanda-hastaligi-nedir/> (Erişim Tarihi: 10.07.2021)
- Breusch, T. ve Pagan, A. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics, *Technometrics*, 16, 129-132.
- Bruno, M. ve Sachs, J. (1982). Energy and Resource Allocation: A Dynamic Model of the “Dutch Disease”, *The Review of Economic Studies*. 49(5), 845-889.
- Corden, W. ve Neary, J. (1982). Booming Sector and De- Industrialisation in a Small Open Economy. *The Economic Journal*, 92(368),825-848.
- Dalkılıç, B. ve Aşkın, M. (2017). *Gayrimenkul ve Konut Sektörüne Bakış*, Emlak Konut GYO A.Ş.
- De Gregorio, J. ve Wolf, C. H. (1994). Terms of trade, productivity and the real exchange rate. *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No: 4807: 12-25.
- Froot, K. A. (1989). Consistent covariance matrix estimation with cross- sectional dependence and heteroskedasticity in financial data. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 24(3), 333-355.
- Gasmi, F. ve Laourari, I. (2017). Has Algeria suffered from the dutch disease. *Revue d’Economie Politique*, 127(6), 1029-1058.
- Greene, W. H. (2003). *Econometrics analysis*. Fifth Edition Upper Saddle River: New Jersey.

- Gurbanov, S. (2011). *Azerbaycan'da enerji kaynakları ve Hollanda hastalığı: makroekonomik etkileri ve ampirik değerlendirme*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Gülmez, Z. (2019). *Dış ticaretin ekonomik büyüme ve istihdam üzerindeki etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Güriş, S., Çağlayan Akay, E. ve Güriş, B. (2017). *E-views ile temel ekonometri*. Der Yayınları: İstanbul.
- Hausman, J. A. (1978). Specification test in econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- IMSAD. (2017). *Türkiye IMSAD yapı sektörü raporu*, (Rapor no: 08/336), Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmeti, İstanbul.
- INTES (2016). *İnşaat sektörü raporu*. Türkiye İnşaat Sanayicileri İşveren Sendikası, Ankara.
- Javaid, S. H. (2009). Dutch disease investigated: empirical evidence from Selected south-east Asian economies. *Phillippines Central Bank Working Paper Series*, 31.
- Kallevig, S. G. (2013). *Norveç ve Türkiye örnekleri üzerinden Hollanda hastalığı teorisi ve sıcak para karşılaştırması*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Kaya, Y., Yalçinkaya, Ö. ve Hüseyini, Ö. (2013). Ekonomik büyümede inşaat sektörünün rolü: Türkiye örneği (1987-2010), *Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 1-20.
- KPMG. (2018). *Sektörel bakış (inşaat)*. KPMG Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.
- Levene, H. (1960). *Robust tests for equality of variances*. I. Olkin, G. Ghurje, W. Hoefding, W. G. Madow ve H. B. Mann, (Ed). Stanford: California: Stanford University Press.
- Mammadov, G. (2018). *Azerbaycan ekonomisinde petrol ve doğalgazın ekonometrik analizi: hollanda hastalığı etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- MDN Finansal Danışmanlık, (2010). *Türk çimento sektörü*. Ankara: FDN Finansal Danışmanlık.
- Mercan, M. ve Kızılkaya, O. (2013). Türkiye'de sanayi sektörü ekonomik büyüme ve verimlilik ilişkisinin Kaldor yasaları çerçevesinde sınanması: Ekonometrik bir analiz. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 36(1), 137-160.
- Ojaghlou, M. (2019). *Turizm sektörü ve Hollanda hastalığı: Türkiye örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Olusi, J. ve Olagunju, M. (2005). The primary sectors of the economy and the dutch disease in Nigeria. *The Pakistan Development Review*, 44(2),159-175.
- Oomes, N. ve Kalcheva, K. (2007). Diagnosing dutch disease: Does Russia have the symptoms?. *IMF Working Paper*, 7(102),1-34.
- Pazarlıoğlu, V. M. ve Gürler, K. Ö. (2007). Telekomünikasyon yatırımları ve ekonomik Büyüme: panel veri yaklaşımı. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(508), 35-41.
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Cambridge Working Papers in Economics No.0435*. University of Cambridge Faculty of Economics.
- Rajan, G. R. ve Subramania, A. (2011). Aid, dutch disease and manufacturing growth. *Central for Global Development*, 94(1), 106-118.

- Riyazi, İ. (2017). *Hollanda hastalığının sektörler üzerine etkisi: Suudi Arabistan ve İran’a yönelik incelemeler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Rogers, W. H. (1993). Regression standard errors in clustered samples. *Stata Technical Bulletin* 13,19-23. College Station, Tx: Stata Press. *In Stata Technical Bulletin Reprints*, 3(13), 88-94.
- Rudd, D. (1996). An empirical analysis of dutch disease: developing and developed countries. *Honors Projects*, 62, 1-49.
- Toramanoğlu, E.R. ve Görmüş, Ş. (2018). Bankacılık sektöründe şubeleşmenin makroekonomik ve demografik belirleyicileri üzerine bir araştırma: panel veri analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1-12.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2018). *İstatistikler*, tuik.gov.tr. (Erişim Tarihi: 03.11.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2019). *İstatistikler* tuik.gov.tr. (Erişim Tarihi: 06.02.2020).
- Wooldridge, J. M., (2012). *Introductory econometrics: a modern approach*. 5th Edition, South-Western Cengage Learning.
- Yardımcıoğlu, F. ve Gülmez, A. (2013). OPEC ülkelerinde Hollanda hastalığı: petrol Fiyatları ve ekonomik büyüme ilişkisinin ekonometrik Bir Analizi, *Sosyoekonomik Dergisi*, 19(19), 118-140.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2016). *Panel veri ekonometrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2017). *Panel zaman serileri analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Yıldırım Mızrak, N. (1999). Hollanda hastalığı: makroekonomik etkileri, ülke örnekleri ve Türkiye. *İktisat, İşletme ve Finans*, 14(161), 52-63.
- Younger, D. S. (1992). Aid and the dutch disease: macroeconomic management when everybody loves you. *World Development*, 20(11), 1587-1597.
- Yürük, M. (2008). *Kaynakların laneti olgusu: Rusya örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi, Edirne.

Ekler

Ek Tablo 1. Hausman testi

	Katsayılar		
	B (FE)	B (RE)	(b-B) (Farkı)
<i>Indıstichacmi_{it}</i>	-.0172292	.0823092	-.0995384
<i>Inınşaatgiriş_{it}</i>	.3588006	.3051147	.0536859
<i>Ingsyih_{it}</i>	.2004013	.1100072	.0903941
<i>Intopistihdam_{it}</i>	.6979701	.6745282	.0234419
	Chi2(4)= 38.42		Prob>chi2=0.000

Ek Tablo 2. Değiştirilmiş Wald testi

χ^2	1189.33
Prob> χ^2	0.000

Ek Tablo 3. Bhargava, Franzini ve Narendaranathan'ın Durbin- Watson testi

Durbin Watson	0.93
Baltagi- Wu Lbi	1.32

Ek Tablo 4. Pesaran (2004) testi

Pesaran Testi	0.324
Olasılık	0.7462

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50
2. yazar katkı oranı : %50



COVID-19 Döneminde Banka Kredi Risk Bilgileri Üzerine Bir Analiz

An Analysis on Bank Credit Risk Information in the Period of COVID-19

Arş. Gör. Dr. Esra AKSOY¹, Prof. Dr. Mehmet GENÇTÜRK²

Öz

COVID-19 salgını birçok ülkede küresel boyutta etkisini göstermiştir. Salgının etkisi ile özellikle ekonomik ve sosyal alanlarda olumsuz değişimler yaşanmıştır. Türkiye’de finansal sistemin en önemli dalı olan bankacılık sektörü salgın döneminde oldukça etkilenmiştir. Bankacılık sektörü salgın döneminin olumsuz etkileri ve belirsizlik ortamında güvenli bir şekilde faaliyetlerine devam edebilmek için birtakım önlemler almıştır. Bu önlemler salgının etkisi ile oluşan riskli süreci daha iyi yönetmeye ve en az zararlarla atlattırma yardımcı olmuştur. Pandemi döneminde bankaların karşılaştığı en büyük problemlerden biri ise kredi riski olmuştur. Bu bağlamda çalışmanın amacı ise pandemi döneminde bankaların en çok karşılaştığı kredi risklerini incelemektir. Çalışmada bankalar tarafından Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezine bildirim yapılan nakdi kredilerin ve tasfiye olunacak alacakların, gelecek dönemler için tahminleri yapılmıştır. Analizde gri sistem teorisi içinde yer alan gri tahmin modeli GM (1,1) tercih edilmiştir. Analiz için 2020/02-2021/12 dönemine ait çeyrek dönemlik veriler kullanılmıştır. Veriler ile GM (1,1) modelleri kurulmuştur ve simülasyon değerleri hesaplanmıştır. Kurulan modellerin göreceli hata payları sırası ile %3,42 ve %1,49 olarak hesaplanmıştır. Ardından gelecek iki çeyrek dönem için bankaların nakdi kredileri ve tasfiye olunacak alacaklar tahmin verileri elde edilmiştir. Sonuç olarak elde edilen bulgularla bankaların kredi riskleri hakkında öngöründe bulunulmuştur. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların bankaların uygulayacakları politikalara katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kredi riski, COVID-19, tahmin, gri teori

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The COVID-19 pandemic has had a global impact in many countries. The effect of the epidemic, negative changes have been experienced, especially in the economic and social fields. The banking sector, which is the most important branch of the financial system in Türkiye, was also affected by the epidemic. The banking sector has taken some measures in order to continue its activities safely in the environment of negative effects and uncertainty of the epidemic period. These measures have helped to better manage the risky process caused by the effect of the epidemic and to overcome it with the least damage. One of the biggest problems faced by banks during the pandemic period has been credit risk. The aim of the study is to examine the credit risks that banks face most during the pandemic period. In the study, the cash loans and non-performing loans, which are notified to the Risk Center of the Banks Association of Türkiye by the banks, are estimated for future periods. In the analysis, the grey prediction model GM (1,1) was preferred. Quarterly data for the period 2020/02-2021/12 was used for the analysis. GM (1,1) models were established by the data and simulation values were calculated. The relative error margins of the established models were calculated as 3.42% and 1.49%, respectively. For the next two quarters, estimation data on banks' cash loans and non-performing loans are obtained. As a result, predictions were made about the credit risks of banks with the findings obtained. It is expected that the results obtained from this study will contribute to the policies that banks will implement.

Keywords: Credit risk, COVID-19, forecasting, grey theory

Paper Type: Research

¹Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, esraaksoy@sdu.edu.tr

²Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mehmetgencturk@sdu.edu.tr

Giriş

2019 yılının sonlarında Çin’de ortaya çıkan ve kısa bir sürede tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisinin etkileri günümüzde hala devam etmektedir. COVID-19 pandemisi başta finansal piyasalar olmak üzere ülke ekonomisine çok yönlü zarar vermektedir. Türkiye pandemiden etkilenen ülkeler arasında yer almıştır. COVID-19 pandemisi ile sosyal, kültürel ve ekonomi anlamında insanların yaşam ve faaliyet alanları olumsuz etkilenmiştir. Özellikle 2020 Nisan ayından itibaren pandeminin etkisi oldukça hissedilmeye başlanmış ve 2. çeyrek dönemde ekonomik hareketliliğin azaldığı görülmüştür. Türkiye’de salgının olumsuz etkilerinden korunma amaçlı, hizmet sektöründe faaliyetlerde kısıtlama ve faaliyete ara verme yaşanmıştır. Birçok iş kolunda ise faaliyetlerde duraksama yaşanmıştır (Adıgüzel, 2020, s. 193).

Türkiye’de pandemiden kaynaklı olumsuz etkilerin engellenmesi adına finans sisteminde birçok önlemler ve kısıtlamalar uygulanmıştır. Bu kısıtlama ve önlemlerin uygulandığı finans sisteminin başında bankacılık sektörü gelmektedir. Türkiye’de finans sistemin içinde bulunan bankacılık sektörünün yeri oldukça önemlidir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)’nın 2020 yıllık faaliyet raporuna göre Türk bankacılık sektörünün %87,5 ile finansal sektör içinde en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Finansal sistemin işleyişinde bankacılık sektörü önemli rol oynamaktadır. Bundan dolayı pandemi sürecinde bankacılık sisteminin maruz kalacağı olumsuz etkilerden daha az zararlı çıkabilmesi için uygun ve doğru politikalarla yol alması gerekmektedir. Özellikle bankacılık sisteminin pandemi sürecinde karşılaşılabileceği riskleri iyi bir şekilde analiz etmesi büyük önem taşımaktadır. Pandemi döneminde hükümet tarafından birtakım kontrol önlemleri alınmış ve kısıtlama politikaları uygulanmıştır. Alınan bu kontrollere ve uygulanan kısıtlama politikalarına uyum sürecinde bankacılık faaliyetlerinde yavaşlamalar olmuştur. Bunun nedenlerinin başında ise belirsizlik karşısında politikaların ve kısıtlamaların nasıl uygulanacağı ve olası engeller karşısında en az zararlı çıkabilme düşüncesi yatmaktadır. Pandemi ile mücadele etmek için ülkeler hızlı bir şekilde ekonomi politikaları uygulamaya başlayarak bir dizi mali önlem paketlerini yürürlüğe koymuştur. COVID-19 pandemisi ile ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltılabilmesi adına, Türkiye’de 18.03.2020’de Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi açıklanarak uygulamaya koyulmuştur (Arabacı ve Yücel, 2020, s. 200). Uygulanan Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketinde özellikle bankacılık alanında uygulamalara yer verilmiştir.

Bankaların vermiş olduğu hizmetlerin başında krediler gelmektedir. Bankalar kredi hizmeti ile risk ve karlılığı dengeleyerek sürdürülebilirliklerini korumaya çalışmaktadırlar. Pandemi döneminde de bankacılık sektöründe yer alan bazı bankalar kontrollü normalleşme sürecine girmiştir. Bu süreçte birçok kredi destek paketleri oluşturulmuştur. Bunlar; tatil destek kredileri, avantajlı konut kredileri, koronavirüs hastalığına yönelik sigorta paketleri vb. şeklindedir. Bankacılık sektörünün bu süreç boyunca yaşanması kaçınılmaz olan olumsuzlukları en aza indirebilmesi için devlet politikaları ile şirketlerin vergi ve kredi borçlarını erteleme/yeniden yapılandırma, merkez bankalarının likidite sağlama gibi farklı birçok ekonomik ve finansal destekler sağlanmıştır (Yetiz, 2021, s.111). Pandemi krizi yönetimi ile müşterilere destek kredileri sağlanmıştır. Bu kredilerin başında nakit ödeme yapılma sureti ile verilen nakdi krediler de bulunmaktadır (Arabacı ve Yücel, 2020, s. 199).

Bu gelişmelerin karşısında bireyler ve şirketler ayakta durabilmek ve ekonomik faaliyetlerini sürdürebilmek için bankaların destek paketlerinden, borç ertelemelerinden ve yeniden yapılandırma gibi imkanlarından yararlanmışlardır. Pandeminin ne kadar süreceği ve ekonomiyi ne kadar süre daha etkileyeceği en büyük belirsizlik olmuştur. Bu belirsizlik karşısında bankaların kullandıkları destek kredilerinin geri dönüşlerinin belirsizliği de bankalar için ayrı bir risk alanı oluşturmuştur. Demirgüç Kunt vd. (2020), pandeminin özellikle konvansiyonel bankalar üzerinde yarattığı olumsuz etkinin, şirketlere ve diğer banka dışı finans kuruluşlarına göre çok daha belirgin ve uzun süreli olabileceğini vurgulamıştır (Demirgüç Kunt, 2020, s. 27). Bu bağlamda pandemi süreci ile bankacılık sektöründe karşılaşılan en önemli

sorunlardan biri de kredi riski olmaktadır. Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezine, üyeleri tarafından belirli aralıklarla kullanılmış oldukları nakdi kredi ve tasfiye olunacak alacak bilgileri sunulmaktadır. Bu bilgiler kamuoyunu bilgilendirme amaçlı paylaşılmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda özellikle pandemi gibi belirsizlik ortamında bankacılık sektörü kredi risk bilgilerinin gidişatı hakkında genel bir bilgi sahibi olunabilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı salgın döneminde bankaların en çok karşılaştığı kredi risklerini incelemektir. Pandemi sürecinde yaşanan belirsizliklerle birlikte bankaların kullanmış oldukları nakdi krediler ve tasfiye olunacak alacakların gelecek dönemler için tahminleri yapılmıştır. Analiz için Gri Sistem Teorinin temel yöntemi olan GM (1,1) modeli kullanılmıştır. GM (1,1) modelinin tercih edilme sebebi ise bilgi eksikliğinde ve verilerin az olduğu durumlarda yüksek güvenilirlikli sonuçlar verebilmesidir. Pandeminin yakın zamanda ortaya çıkması ve pandemi süreci boyunca kısıtlı verilere sahip olunması GM (1,1) modelini tercih etme sebebi olmuştur. Çalışmaya öncelikle literatür araştırması ile başlanmıştır. Yerli ve yabancı literatürde yapılan çalışmalar incelendikten sonra uygulama için ele alınan verilerle GM (1,1) modeli kurulmuştur. Kurulan model yardımı ile simülasyon değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen simülasyon değerleri ile ham veri arasındaki hata payı hesaplanmıştır. Ardından modelin güvenilirliği test edilmiştir. Model güvenilirlik testinden geçtikten sonra bankalar tarafından bildirilen nakdi krediler ve tasfiye olunacak alacakların gelecek dönem tahmin değerleri elde edilmiştir.

1. Literatür Taraması

Analiz için kullanılan GM (1,1) yöntemi oldukça tercih edilen yöntemlerden biri olmakla birlikte birçok alanda uygulanmaktadır. Uygulama alanlarından biri ekonomi olmakla birlikte, yapılan çalışmalardan bazıları Tablo. 1’de verilmiştir.

Tablo 1. GM (1,1) yöntemi ile yapılan bazı çalışmalar

Uygulama Alanı	Yazar/Yazarlar
Portföy seçimi	Ong vd. (2005)
Hisse senedi tahmini ve portföy seçimi	Huang ve Jane (2009)
Veri işleme bazında yerel finansman tahmini	Jian-Gang ve Xian-Jun (2009)
ABD doları-euro paritesi tahminlemesi	Kayacan vd. (2010)
Döviz kuru tahmini	Lin vd. (2012)
Küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansman zorluğuna finansal baskı yaklaşımı üzerine inceleme	Zhang ve Chen (2014)
Ekonomi verileri üzerine tahminleme	Tao ve Shan (2014)
Altın fiyatı tahmini	Barczak (2014)
Kredi kartı kullanımları üzerine analiz	Yıldırım ve Kesintürk (2015)
Fon arz ve talebi açığının analizi	Jiang, ve Wu (2015)
Karbon finans piyasası tabanlı fiyat tahmini	Zhang (2016)
Maliyet üzerine tahmin	Zhao, (2016)
Lojistik şirketlerinin performansları	Yu, Wang ve Ho (2016)
Banka karlılığı	Ömürbek vd. (2018), Ömürbek vd. (2018)
Banka kredi kartı oranının analizi	Chin ve Chang (2019)
Doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkinliğini değerlendirme	Wang ve Le (2019)
Konut Fiyat Tahmini	Li (2019)
Altın fiyat talep tahmini	Rathnayaka ve Seneviratna (2018)
Yeşil finans endeksinin ölçümü ve yeşil finansın gelişme tahmini	Wang vd. (2021)

2. Yöntem

Çalışmada kullanılan yöntem gri sistem teorisidir. Gri sistem teorisinin en temel modellerinden biri GM (1,1) modelidir. Analizde GM (1,1) modeli kullanılarak tahmin değerleri

elde edilmiştir. Gri sistem teorisinin ve GM (1,1) modelinin detaylı açıklaması aşağıda verilmiştir.

2.1. Gri Teori

Gri Teori, 1980 yıllarında ortaya atılan bilimsel bir teoridir ve Julong Deng tarafından formüle edilmiştir (Liu vd., 2012, s. 90). Gri sistem teorisi, rastgele seçilen tüm örnek çeşitlerinin belirli bir aralıkta değişen gri çeşitler olarak tanımlanmaktadır (Shen ve Lu, 2014, s. 82). Aynı zamanda Gri sistem küçük verilerin belirsiz problemlerine odaklanmaktadır (Yuan ve Chen, 2016, s. 1476). Gri sistem teorisinde bilinen ya da belirsiz bilgiler ile veri üretme yaklaşımı doğrultusunda, ham veriler düzenli bir üretici seriye dönüştürülebilmektedir. Ardından elde edilen verileri kullanarak araştırma ve modelleme yapılabilmektedir (Shen ve Lu, 2014, s. 82).

Gri sistem teorisinin amacı, sosyal ve doğa bilimleri arasındaki mevcut boşluğu doldurmaktır. Böylelikle, Gri sistem teorisi disiplinler arası alanları içermekle beraber çeşitli uzmanlık alanlarını da bünyesinde barındırmaktadır (Julong, 1989, s. 1).

Teori başarılı uygulamaları ile Gri Sistem kavramı olarak Çin'de iyi bilinmektedir. Gri Sistemin uygulama alanları ise; tarım, ekoloji, ekonomi, meteoroloji, tıp, tarih, coğrafya, sanayi, deprem, jeoloji, hidroloji, sulama stratejisi, askeri işler, spor, trafik, yönetim, malzeme bilimi, çevre, biyolojik koruma vb. (Julong, 1989, s. 1).

2.1.1. Gri Tahmin Yöntemi

Gri sistem teorisinin temeli, gri ilişkisel alan, gri üretim alanı, gri tahmin, gri karar verme, gri kontrol, gri matematik, gri teori alanlarını kapsamaktadır (Julong, 1989, s. 2-3). Gri tahmin yöntemi, sistemin söz konusu olan gelecek dönemleri hakkında tahmin üretebilmesidir. Sistemin belirsiz özelliklerini anlayabilmek üzere ham veri setleri kullanılarak tahmin yapılmaktadır (Liu ve Lin, 2010, s. 133). Gri tahmin teorisi, gri sistem teorisinin önemli bir dalıdır. Gri tahmin beş ana kategoriyi kapsamaktadır. Bu kategoriler; zaman serileri tahmini, afet tahmini, mevsimsel afet tahmini, topolojik tahmin ve sistematik tahmindir (Xie ve Liu, 2009, s. 1174). GM (1,1) modeli, Gri Sistem Teorisi'nin en önemli modellerindendir (Yuan ve Chen, 2016, s. 1476). Aynı zamanda GM (1,1) modeli, tahmin teorisinin ana modelidir. GM (1,1) modeli en az dört veri ile oluşturulan ve yüksek hassasiyetli sonuçlar sunan tek değişken birinci dereceden gri modeldir. GM (1,1) modeli, uygulandığı alanlarda başarılı ve tatmin edici sonuçlar göstermiştir (Xie ve Liu, 2009, s. 1174).

2.1.2. GM (1,1) Modeli

GM (1,1) metodu, birinci dereceden tek değişkenli gri modeli olarak ifade edilmektedir (Liu ve Lin, 2010, s. 107). Temel GM (1,1) modelinin adımları aşağıdaki gibidir; (Xie ve Liu, 2009, s.1174-1175; Liu ve Lin, 2010, s. 107-108).

Ham veri seti oluşturulur ve $X^{(0)}$ negatif değerler içermeyen orijinal veri serisidir.

$$X^{(0)} = (x^{(0)}(1), x^{(0)}(2), \dots, x^{(0)}(n))$$

1. dereceden toplam üretim operatörü yardımıyla $X^{(1)}$ serisi oluşturulur.

$$X^{(1)} = (x^{(1)}(1), x^{(1)}(2), \dots, x^{(1)}(n)), \quad X^{(1)} \text{ serisi elde edilmesinin ardından}$$

$X^{(0)}k + ax^{(1)}(k) = b$ eşitliği elde edilir. Bu eşitlik GM (1,1) modelinin orijinal biçimi olarak ifade edilmektedir.

$X^{(1)}$ serisi kullanılarak $Z^{(1)}$ serisi elde edilir.

$$Z^{(1)}(k) = \frac{1}{2}(x^{(1)}(k) + x^{(1)}(k-1)), \quad k = 2, 3, \dots, n.$$

$Z^{(1)}$ serisi yardımı ile; $x^{(0)}k + az^{(1)}(k) = b$ elde edilir ve GM (1,1) modelinin temel biçimi oluşturulur.

$X^{(1)}$ ve $Z^{(1)}$ serileri elde edildikten sonra eğer $\hat{a} = (a,b)^T$ parametrelerinin bir dizilimiye ve

$$Y = \begin{bmatrix} x^{(0)}(2) \\ x^{(0)}(3) \\ \cdot \\ \cdot \\ x^{(0)}(n) \end{bmatrix}, B = \begin{bmatrix} -z^{(1)}(2) & 1 \\ -z^{(1)}(3) & 1 \\ \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot \\ -z^{(1)}(n) & 1 \end{bmatrix}$$

ise en küçük kareler yöntemi ile tahmin etmek için daha önce elde edilen $x^{(0)}k + az^{(1)}(k) = b$ eşitliği kullanılarak GM(1,1)' in parametrelerine karşılık gelen \hat{a} vektörü elde edilir.

$$\hat{a} = (a,b)^T ;$$

$$\hat{a} = (B^T B)^{-1} B^T Y$$

Eğer $(a,b)^T = (B^T B)^{-1} B^T Y$ ise,

$\frac{dx^{(1)}}{dt} + ax^{(1)} = b$, şeklinde ifade edilen 1. dereceden türevlenebilir eşitlik elde edilir;

$$x^{(1)}(t) = \left(x^{(1)}(1) - \frac{b}{a} \right) e^{-at} + \frac{b}{a} \quad \text{Yani;}$$

$$\hat{x}^{(1)}(k+1) = \left(x^{(0)}(1) - \frac{b}{a} \right) e^{-ak} + \frac{b}{a} \quad k=1,2,3\dots n$$

Elde edilen 1. dereceden türevlenebilir eşitliğe ters kümülatif işlemi uygulanır ve tahmin değerleri aşağıda gösterilen model yardımı ile hesaplanır.

$$\hat{x}^{(0)}(k+1) = a^{(1)} \hat{x}(k+1) = \hat{x}^{(1)}(k+1) - \hat{x}^{(1)}(k) = (1 - e^{-a}) \left(x^{(0)}(1) - \frac{b}{a} \right) e^{-ak},$$

$k=1,2,\dots n$

Tahmin değerleri için hata payı hesaplanır. Ardından modelin gelecek tahmini için güvenilirliği test edilmektedir. Burada, $X^{(0)}$ ham veri setinin herhangi bir k elemanı için tahmin hatası $\varepsilon^{(0)}(k)$ ile gösterilmektedir. $\varepsilon^{(0)}(k)$ aşağıdaki denklem yardımı ile hesaplanır (Liu ve Lin, 2010, s. 133-134).

$$\varepsilon^{(0)} = (\varepsilon(1), \varepsilon(2), \dots, \varepsilon(n)) = (x^{(0)}(1) - \hat{x}^{(0)}(1), x^{(0)}(2) - \hat{x}^{(0)}(2), \dots, x^{(0)}(n) - \hat{x}^{(0)}(n))$$

$X^{(0)}$ ham veri setinin herhangi bir k elemanı için hata oranı Δ_k ile gösterilmektedir. Hata oranı aşağıdaki gösterildiği gibi hesaplanarak yüzdesi alınır.

$$\Delta_k = \left(\left| \frac{\varepsilon(1)}{x^{(0)}(1)} \right|, \left| \frac{\varepsilon(2)}{x^{(0)}(2)} \right|, \dots, \left| \frac{\varepsilon(n)}{x^{(0)}(n)} \right| \right) = \{\Delta_k\}_1^n$$

Oluşturulan modelin ortalama görelî hatası $\bar{\Delta} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n \Delta_k$ kullanılarak hesaplanır.

Ortalama görelî hata oranı elde edilmesinin ardından modelin güvenilirliği test edilmektedir. Bunun için Tablo 2’de gösterilen model testi doğruluk ölçęđi kullanılmaktadır.

Tablo 2. Model testi doğruluk ölçęđi

Doğruluk Ölçęđi Eşik	Görelî Hata
	α
1. seviye	0.01
2.seviye	0.05
3.seviye	0.10
4.seviye	0.20

Kaynak: Liu ve Lin, 2010, s. 135

Elde edilen değer $\bar{\Delta} < \alpha$ ise gelecek tahmini yapılabilir. $1 - \bar{\Delta}$ ise modelin güvenilirlik oranını ifade etmektedir.

3. Uygulama ve Bulgular

COVID-19 pandemisi finansal sistemi oldukça fazla etkilemiştir. Birçok ülke finansal sistemler üzerindeki olumsuz etkileri azaltabilmek adına politikalar uygulamıştır. Bu uygulanan politikalar özellikle bankacılık sistemi üzerinde önemli değişimler göstermiştir. Özellikle pandemi sürecinde kullanılan krediler ve tasfiye olunacak alacaklar bankaların gelecekte uygulayacakları politikaları açısından önemlidir. Türkiye’nin bankacılık sektörü alanında uyguladığı destek kredileri ve bu kredilerin geri dönüşlerinin bilgisi pandemi sürecinin belirsizliği içindedir. Bu çalışma ile gelecek dönemler için tahminde bulunarak bankaların olası politika uygulamalarına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Çalışmada TBB Risk Merkezi’nde her ay düzenli olarak yayınlanan “risk merkezi aylık bülteni” verileri kullanılmıştır. Kullanılan veriler; “bankalar tarafından bildirim yapılan nakdi krediler” ve “bankalar tarafından bildirim yapılan tasfiye olunacak alacaklar”dır. Analiz için 2020/04-2021/12 dönemine ait aylık verilerin toplamı alınarak çeyrek dönem verileri elde edilmiştir. Elde edilen çeyrek dönemlik veri seti Tablo 3.’de gösterildiği gibidir.

Tablo 3. Bankalar tarafından bildirim yapılan nakdi krediler ve tasfiye olunacak alacaklar

Dönem	2020/Q	2020/Q	2021/Q	2021/Q	2021/Q	2021/Q
	3	4	1	2	3	4
Nakdi Krediler (Trilyon TL)	10.56	11.01	11.08	11.75	12.01	14.11
Tasfiye Olunacak Alacaklar (Milyar TL)	494,7	497,5	504,5	501,4	504,2	535,6

Kaynak: <https://www.riskmerkezi.org/>

Analiz için Gri tahmin modeli kullanılmıştır. Gri tahmin modellerinden GM (1,1) tahmin modelleri kurulmuştur. Önce nakdi krediler ardından tasfiye olunacak alacaklar için analiz işlemleri gerçekleştirilmiştir.

Nakdi krediler için gerçekleştirilen analizin aşamaları aşağıdaki gibi gösterilmiştir.

Analize ilk olarak ham veri setinin oluşturulması ile başlanmıştır. Nakdi krediler için Tablo.3’deki ham veri seti ile $X^{(0)}$ dizisi oluşturulmuştur. Ardından $X^{(0)}$ dizisinin kümülatif toplamı alınarak $X^{(1)}$ dizisi oluşturulmuştur.

$X^{(1)}$	10,558	21,571	32,65	44,402	56,411	70,524
-----------	--------	--------	-------	--------	--------	--------

Elde edilen veriler kullanılarak oluşturulan $X^{(0)}$ dizisi üzerinden yarı düzgünlük (quasi-smooth) kontrolü yapılmıştır (Liu ve Lin, 2010, s. 113),

$$p(5) = \frac{x_{(5)}^{(0)}}{x_{(4)}^{(1)}} \cong 0.2704 \qquad p(6) = \frac{x_{(6)}^{(0)}}{x_{(5)}^{(1)}} \cong 0.2501$$

Yarı düzgünlük kontrolünde koşul; $k > 3$ olduğu durumlarda hesaplanan değerlerin 0,5'ten küçük olma şartının sağlanması gerekmektedir. Yapılan hesaplama sonucunda, $p(5)$ ve $p(6) < 0.5$ koşulunu sağladığı için $X^{(0)}$ dizisi yarı düzgünlük şartını sağlamaktadır.

Oluşturulan $X^{(1)}$ dizisi üzerinden ise yarı üssellik (quasi exponentiality) kontrolü yapılmıştır (Liu ve Lin, 2010, s. 133).

$$\sigma^{(1)}(5) = \frac{x_{(5)}^{(1)}}{x_{(4)}^{(1)}} \cong 1.2704 \qquad \sigma^{(1)}(6) = \frac{x_{(6)}^{(1)}}{x_{(5)}^{(1)}} \cong 1.2501$$

Yarı üssellik kontrolü için koşul: $k > 3$ olduğu durumlarda $\sigma^{(1)}(k) \in [1, 1.5]$ olmalıdır. Hesaplanan değerler $\sigma^{(1)}(5)$ ve $\sigma^{(1)}(6) \in [1, 1.5]$ olduğundan dolayı $X^{(1)}$ dizisi yarı üssellik kuralını sağlamaktadır.

Yarı düzgünlük ve yarı üssellik kontrollerinden sonra GM (1,1) modeli kurulacaktır. Bunun için $X^{(1)}$ dizisi kullanılarak $Z^{(1)}$ dizisi oluşturulmuştur.

$Z^{(1)}$	10,558	16,0645	27,1105	38,526	50,4065	63,4675
-----------	--------	---------	---------	--------	---------	---------

$Z^{(1)}$ dizisi oluşturulduktan sonra GM(1,1) parametreleri Y ve B oluşturulmuştur. Oluşturulan parametreler aşağıdaki görüldüğü gibidir;

$$Y = \begin{bmatrix} x^{(0)}(2) \\ x^{(0)}(3) \\ x^{(0)}(4) \\ x^{(0)}(5) \\ x^{(0)}(6) \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 11,01 \\ 11 \\ 11,75 \\ 12,01 \\ 14,11 \end{bmatrix} \qquad B = \begin{bmatrix} -z^{(1)}(2) & 1 \\ -z^{(1)}(3) & 1 \\ -z^{(1)}(4) & 1 \\ -z^{(1)}(5) & 1 \\ -z^{(1)}(6) & 1 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} -16,0645 & 1 \\ -27,1105 & 1 \\ -38,526 & 1 \\ -50,4065 & 1 \\ -63,4675 & 1 \end{bmatrix}$$

a ve b parametreleri ise aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmıştır.

$$\hat{a} = (B^T B)^{-1} B^T Y = \begin{bmatrix} -0,0612 \\ 9,5977 \end{bmatrix}$$

Hesaplanan a ve b parametreleri yardımı ile model kurulmuştur. Kurulan model aşağıda gösterildiği gibidir.

$$\frac{dx^{(1)}}{dt} - 0.0612x^{(1)} = 9,5977$$

$$\hat{x}^{(1)}(k+1) = 167,28e^{0.0612k} - 156,72$$

Elde edilen model yardımı ile tahmin değerleri hesaplanmıştır ve aşağıda gösterildiği gibidir.

$\hat{x}^{(1)}$	$\hat{x}^{(1)}$	$\hat{x}^{(1)}$	$\hat{x}^{(1)}$	$\hat{x}^{(1)}$	$\hat{x}^{(1)}$	$\hat{x}^{(1)}$
x	x (1)	x (2)	x (3)	x (4)	x (5)	x (6)
$\hat{x}^{(1)}$	10,56	21,12	32,35	44,30	56,99	70,49
x Tahmin Dizisi (Kümülatif)						

Hesaplanan $\hat{x}^{(1)}$ tahmini kümülatif toplam değerlere, ters kümülatif işlemi uygulanarak tahmin değerleri elde edilmiştir. Elde edilen değerler aşağıdaki gibidir.

$\hat{x}^{(0)}$	$\hat{x}^{(0)}$	$\hat{x}^{(0)}$	$\hat{x}^{(0)}$	$\hat{x}^{(0)}$	$\hat{x}^{(0)}$	$\hat{x}^{(0)}$
x	x (1)	x (2)	x (3)	x (4)	x (5)	x (6)
$\hat{x}^{(0)}$	10,56	10,56	11,23	11,94	12,70	13,50
x Tahmin Dizisi						

Tahmin değerlerinin elde edilmesinin ardından ham veriler ve tahmini veriler kullanılarak göreceli hatalar hesaplanmıştır ve Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Nakdi krediler modeli için hesaplanan göreceli hata değerleri

Ham veri	Tahmini Veri	Göreceli Hatalar %	
$x^{(0)}(k)$	$\hat{x}^{(0)}(k)$	$\Delta_k = \frac{ \varepsilon(k) }{x^{(0)}(k)}$	
2020/Q4	11,01	10,56	0,04
2021/Q1	11,08	11,23	0,01
2021/Q2	11,75	11,94	0,02
2021/Q3	12,01	12,70	0,06
2021/Q4	14,11	13,50	0,04

Hesaplanan göreceli hata verileri kullanılarak ortalama göreceli hata oranı elde edilmiştir.

$$\bar{\Delta} = \frac{1}{5} \sum_{k=2}^6 \Delta_k = \%3,42$$

Modelin güvenilirliğinin test edilmesi için elde edilen ortalama göreceli hata oranı, model testi doğruluk ölçüğü ile karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma için Tablo 2 kullanılmıştır.

Modelin güvenilirliği için ortalama göreceli hata oranı, doğruluk test ölçüğü ile karşılaştırılmıştır. Görüldüğü üzere modelin ortalama göreceli hata oranı %3.42, 2. Seviye (0.05) eşliğinin altında kaldığı için ($\bar{\Delta} < \alpha$) uygun aralıkta olduğu anlaşılmıştır. Bu durumda kurulan modelin güvenilirliği sağlandığı için geleceğe ait tahminler yapılabilecektir.

Gelecek dönemler için hesaplanan tahmin değerleri Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5. Nakdi kredi verileri, tahmin değerleri ve gelecek dönem tahmin değerleri

	Ham veriler	Tahmin Değerleri
2020/Q4	11,01	10,56
2021/Q1	11,08	11,23
2021/Q2	11,75	11,94
2021/Q3	12,01	12,70
2021/Q4	14,11	13,50
2022/Q1		14,35
2022/Q2		15,25

Sonuçlara bakıldığında bankaların kullanacakları kredi tutarları gelecek dönemlerde de artış göstereceği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlarda ortalama %3,42 sapma olabileceği göz önünde bulundurularak; 2022’nin ilk çeyreğinde 14,3 trilyon TL nakdi kredi

kullanılacağı beklenirken, 2020'nin ikinci çeyreğinde 15,2 trilyon TL olarak öngörülmektedir.

Aynı işlemler tasfiye olunacak alacaklar verilerine de uygulanmıştır. Bütün analiz aşamaları gerçekleştirilerek modelin ortalama göreceli hata oranı %1,49 çıkmıştır. Hesaplanan bu oran, 2. Seviye (0.05) eşliğinin altında kaldığı için ($\bar{\Delta} < \alpha$) uygun aralıkta olduğu anlaşılmıştır. Bu durumda tasfiye olunacak alacaklar için kurulan modelin güvenilirliği sağlanmıştır. Ardından kurulan model ile gelecek dönemlere ait tahminler yapılmıştır.

Gelecek dönemler için hesaplanan tahmin değerleri Tablo 6'da gösterildiği gibidir.

Tablo 6. Tasfiye olunacak alacaklar verileri, tahmin değerleri ve gelecek dönem tahmin değerleri

	Ham veriler	Tahmin Değerleri
2020/Q4	497,50	493,40
2021/Q1	504,50	500,90
2021/Q2	501,40	508,51
2021/Q3	504,20	516,24
2021/Q4	535,60	524,09
2022/Q1		532,05
2022/Q2		540,13

Sonuçlara bakıldığında bankalara ait tasfiye olunacak alacak tutarlarının gelecek dönemlerde de artış göstereceği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlarda ortalama %1,49 sapma olabileceği göz önünde bulundurularak; 2022'nin ilk çeyreğinde 532,05 milyar TL tasfiye olunacak alacaklar beklenirken, 2020'nin ikinci çeyreğinde ise 540,13 milyar TL olarak öngörülmektedir.

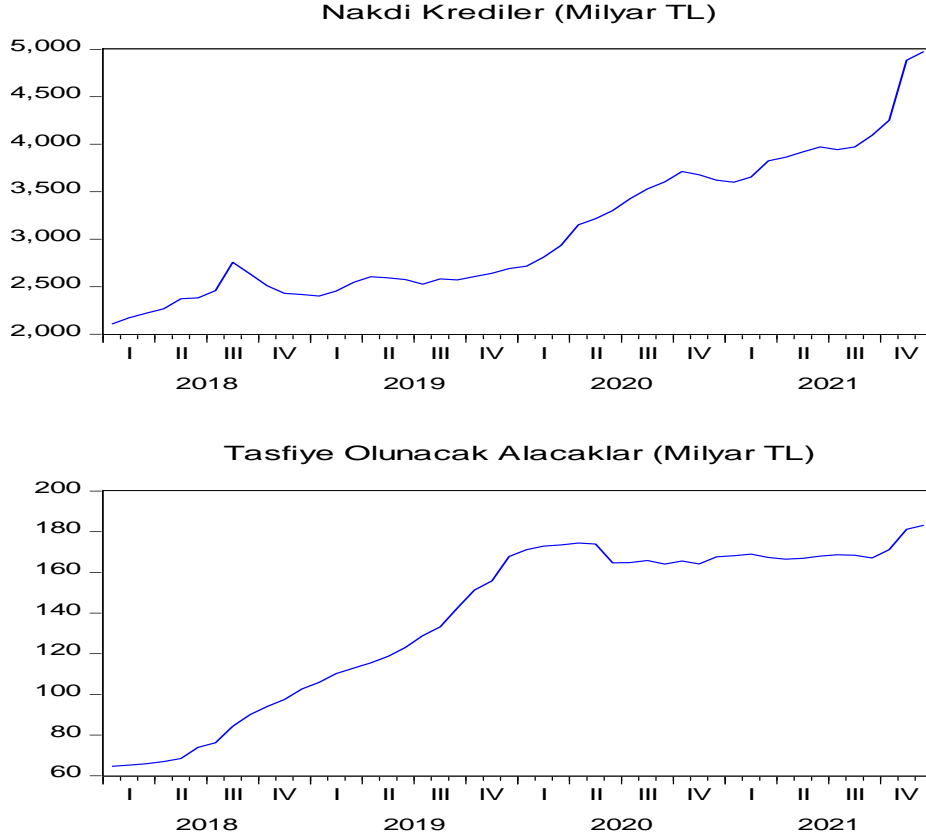
Tartışma

Pandeminin devam etmesi ile azalan güven ortamı sonucunda bankalar kullandırmış oldukları kredilerin tahsilatını almakta zorluklar yaşamaktadırlar. Bunun beraberinde kısıtlamalarla birlikte azalan işlem hacmi bankaların gelirlerini de olumsuz yönde etkilemektedir. Yaşanan bu gelişmeler bankaların likitidelerini ve riskli varlık miktarlarını ve dolayısıyla karlılıklarını etkilemektedir. Bu belirsizlik ortamında bankalar, farklı varsayımlar altında senaryo analizleri yapmaktadırlar. Böylelikle ilerleyen dönemlerde oluşabilecek finansal etkileri yönetmeyi hedefleyebilmektedirler ("COVID-19 Krizinin", 2020). Bu varsayım altında yapılan bu çalışma ile bankaların gelecek dönemler için uygulayacakları politikalara katkı sağlanması amaçlanmıştır. Analiz sonuçlarında nakdi kredilerin ve tasfiye olunacak alacakların miktarlarında gelecek dönemler içinde artış bekleyeceği tahmin edilmektedir. Yapılan tahminler nakdi krediler için %3,42 hata payı ile 2022'nin 1.çeyreğinde 14,35 Trilyon TL, 2. Çeyreğinde ise 15,25 Trilyon TL olarak gerçekleşeceği beklenmektedir. Aynı şekilde tasfiye olunacak alacaklarda %1,49 hata payı ile 2022'nin 1.çeyreğinde 132,05 Milyar TL, 2. Çeyreğinde ise 540,13 Milyar TL olarak gerçekleşeceği beklenmektedir. Elde edilen bulgularda artış gözlemlenmektedir. Gerçekleşen verilerde ve tahmin değerlerindeki bu artış hızı pandemi sürecinden kaynaklanıp kaynaklanmadığını araştırmak için pandemi öncesi verilerle karşılaştırılmıştır. Şekil.1'de görüldüğü üzere pandemi öncesi dönemlerde nakdi krediler belli bir seviyelerdeyken 2020'nin ilk çeyreğinden sonra hızla artış yaşadığı görülmektedir. Tasfiye olunacak alacaklar ise, 2018 yılından itibaren artış görülmeyle birlikte 2020'nin 6. ayından itibaren uzun bir süre belli bir seviyede kalmaya devam etmiştir. Bunun temel nedenlerinden biri ise, Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketinde yer alan kredi ödemelerindeki gecikmelere uygulanan esneklik olabileceği düşünülmektedir. BDDK'nın aldığı karara istinaden kredi ödemelerinde yaşanabilecek gecikmelere esneklik tanınmıştır. Gecikmeye giren kredilerin takip hesaplarına aktarılmadan önce doksan gün olan bekleme süresinin yüz seksen güne

çıkartılmasına karar verilmiştir. Böylece takip aktarım süresinin uzatılması sağlanmıştır (“Tüm Detaylarıyla Ekonomik”, 2020).

Pandemi ile birlikte kamu bankaları tarafından vatandaşlara verilen düşük faizli temel ihtiyaç destek kredisi 6 ay geri ödemesiz olarak kullanılmıştır. İlerleyen dönemlerde de alınan kredileri yapılandırma fırsatı sunulmuştur. Bunun beraberinde aylık gelirin 5 bin TL altında olduğunu beyan edebilen vatandaşlara da kredi kullanma hakkı tanınmıştır (“Bireysel Temel İhtiyaç”, 2021). Bu gelişmeler beraberinde nakdi kredi kullanım miktarlarında artış yaşanmıştır.

Şekil.1. Nakdi krediler ve tasfiye olunacak alacaklar zaman serisi grafiği



Kaynak: TBB Risk Merkezi Aylık Bültenleri (<https://www.riskmerkezi.org/>)

2021’in son iki ayında yaşanan gelişmelerin beraberinde artan nakdi kredi kullanımını gelecek dönem tahmin değerlerini etkilediği ve ilerleyen dönemlerde de etkilemeye devam edeceği beklenmektedir. 2021 yılının son iki ayında yaşanan bu gelişmelerin nedeni; Merkez Bankası’nın politika faizinde indirim sinyalinin eylül ayının başında vermiş olmasıdır. Aynı zamanda eylül toplantısında da politika faizinde ilk indirimi yapmış olmasıdır. Bu aydan itibaren eylül ayı tüketici enflasyonunda artış hızlanmıştır. İhtiyaç kredisi bakiyesi ise büyümesini sürdürmüştür ve kasım itibarıyla 467 milyar liraya yükselmiştir. Aralık 2021 ve Ocak 2022 aylarında da bu artışlar sürmeye devam etmiştir (“Bireysel Krediler”, 2022). Bunun beraberinde ticari krediler ise kasım ayında geçen yılın aynı ayına göre %37 artmıştır. Kasım ayı itibarıyla ilk kez ihtiyaç kredisi kullananların sayısında da artış gözlemlenmiştir. Aynı zamanda TL’de yaşanan değer kaybı ve yüksek enflasyondan kaynaklı alım gücünün azalması, bireylerin kredi ve kredi kartı borçlarında artış yaşanmasına neden olmuştur (“Bireysel Krediler”, 2022). Böylelikle 2021 yılının son iki ayında yaşanan gelişmelere paralel olarak beklenen nakdi krediler ve tasfiye olunacak alacaklardaki artış analiz sonuçları ile de örtüşmektedir.

Sonuç

Türkiye'nin finansal alanda belkemiğini oluşturan bankaların, pandemi döneminde kullandırmış oldukları nakdi kredileri ve tasfiye olunacak alacakları incelenmiştir. Yapılan analize göre gelecek 2 çeyrek dönemlik tahmin sonuçları elde edilmiştir. Analiz için GM (1,1) metodu kullanılmıştır. GM (1,1) metodu, bilgi eksikliği veya az verilerin olduğu durumlarda güvenilir sonuçlar verdiği bilinmektedir. Gelecek tahmin değerlerinde her iki veri içinde artan çoğalan değerler tespit edilmiştir. Elde edilen tahmin değerlerinin olası nedenlerine bakıldığında ise bu sonuçları desteklediği tespit edilmiştir. Buradan çıkarım ile pandemi gibi belirsiz ve veri eksikliğinin olduğu durumlarda geleceğe ait tahminlerde bulunabilmek için GM (1,1) modelinin uygun olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda Demirgüç Kunt (2020), pandeminin konvansiyonel bankalar üzerinde yarattığı olumsuz etkinin, diğer banka dışında kalan finans kuruluşlarına göre çok daha belirgin ve uzun süreli olabileceğini vurgulamıştır. Böylelikle finansal piyasalarda pandeminin etkisinin uzun süre devam edeceği düşünülmektedir. Böylece bankaların olası senaryolara hazırlanmalarında bu çalışmanın fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma ile kriz ortamlarında şirketlerin, bankaların, diğer finansal kuruluş vb. kurumların daha iyi kararlar almalarına ve daha iyi politikalar uygulayabilmelerine katkı sunması beklenmektedir. Aynı zamanda GM (1,1) metodu, kriz ve belirsizlik ortamında ekonomik sorunların boyutları hakkında rakamsal bir değerlendirme olanağı sunmaktadır.

Kaynakça

- Adıgüzel, M. (2020). COVID-19 pandemisinin Türkiye ekonomisine etkilerinin makroekonomik analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 191-221.
- Arabacı, H. ve Yücel, D. (2020). COVID-19 pandemisinin Türk bankacılık sektörü üzerine etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9(3), 196-208.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) (2020). *Yıllık faaliyet raporu*. https://www.fkb.org.tr/Sites/1/upload/files/BDDK_2020_Faaliyet_Raporu_compressed-2130.pdf (Erişim tarihi: 13.04.2022).
- Barczak, S. (2014). Gold price forecasting using grey model GM (1,1) and selected classical time series models. A comparison of methods. *In Conference Proceedings. The 8th International Days of Statistics and Economics. Libuše Macáková. Melandrium*, 66-73.
- Bireysel Temel İhtiyaç Destek Kredisine Yapılandırma İmkani! Vade 36 Ay Daha Uzuyor (2021). <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/son-dakika-bireysel-temel-ihtiyac-destek-kredisine-yapilandirma-imbani-vade-36-ay-daha-uzuyor-41893591> (Erişim tarihi: 23.04.2022).
- Chin, Y. C. and Chang, J. T. (2019). The analysis of bank's credit card ratio via GM (1,1) model. *Journal of Grey System*, 22(1), 17-25.
- COVID-19 Krizinin Türk Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri (2020). <https://www.pwc.com.tr/covid-19-bankacilik-sektoru> (Erişim tarihi: 20.04.2022).
- Demirgüç Kunt, A., Pedraza, C. and Ruiz Ortega, C. (2020). Banking sector performance during the COVID-19 crisis. *Policy Research Working Paper* 9363, 1-49.
- Huang, K., Y. and Jane C., J. (2009). A hybrid model for stock market forecasting and portfolio selection based on ARX, grey system and RS theories. *Expert Systems with Applications*, 36(3), 5387-5392.
- Jiang, K. and Wu, J. (2015). *An analysis of gap of funds supply and demand of region a based on GM (1, 1) model*. In 2015 IEEE International Conference on Grey Systems and Intelligent Services (GSIS), 318-326. IEEE.

- Jian-Gang, S., and Xian-Jun, Y. (2009, July). *Application of grey model in the prediction of local finance based on the data processing*. In 2009 Asia-Pacific Conference on Information Processing ,1, 354-357. IEEE.
- Julong, D. (1989). Introduction to grey system theory. *The Journal of Grey System* 1, 1-24.
- Kayacan, E., Ulutas, B. and Kaynak, O. (2010). Grey system theory-based models in time series prediction. *Expert Systems With Applications*, 37(2), 1784-1789.
- Li, Y. (2019). *Research on house price forecast based on grey system GM (1, 1)*. In Proceedings of the 2019 5th International Conference on Finance, Investment, and Law (ICFIL 2019).
- Lin, C. W., Wang, Y. H., and Wu, M. F. (2012). Hybrid Network Methodology for Exchange Rate Prediction. *Journal of Accounting, Finance & Management Strategy*, 7(1), 27.
- Liu S., Forrest, J. and Yang, Y. (2012). A brief introduction to grey systems theory. *Grey Systems: Theory and Application*, 2(2), 89-10.
- Liu, S. and Lin, Y. (2010). *Grey systems theory and applications*. Springer.
- Ong, C. S., Huang, J. J., and Tzeng, G. H. (2005). A novel hybrid model for portfolio selection. *Applied Mathematics and Computation*, 169(2), 1195-1210.
- Ömürbek, V., Akçakanat, Ö. ve Aksoy, E. (2018). *Kamu sermayeli mevduat bankalarının karlılıklarının gri tahmin yöntemi ile değerlendirilmesi*. 1. Uluslararası Bankacılık Kongresi, 4-5 Mayıs, Ankara, 496-508.
- Ömürbek, V., Aksoy, E. ve Akçakanat, Ö. (2018). Bankaların grup bazlı karlılıklarının gri tahmin yöntemi ile değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(23), 75-89.
- Rathnayaka, R. K. T. and Seneviratna, D. M. K. N. (2018). Taylor series approximation and unbiased GM (1, 1) based hybrid statistical approach for forecasting daily gold price demands. *Grey Systems: Theory and Application*.
- Shen, X. and Lu, Z. (2014). The application of grey theory model in the predication of jiangsu province's electric power demand. *AASRI Procedia*, 7, 81-87.
- Tao, W. A. N. G. and Shan, L. I. N. (2014). Grey prediction of economy based on improved GM (1, 1) model. *Progress in Applied Mathematics*, 8(1), 21-28.
- Tüm Detaylarıyla Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi (2020). <https://www.haberturk.com/tum-detaylariyla-ekonomik-istikrar-kalkani-paketi-2637596-ekonomi> (Erişim tarihi: 23.04.2022).
- Türkiye Bankalar Birliği (2019 Aralık). *Risk merkezi aylık bülteni*. https://www.riskmerkezi.org/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/2169/Risk_Merkezi_Aylık_Bulteni_Aralık_2019.pdf. (Erişim tarihi: 24.04.2022).
- Türkiye Bankalar Birliği (2019 Ocak). *Risk merkezi aylık bülteni*. https://www.riskmerkezi.org/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/1708/Risk_Merkezi_Aylık_Bulteni_Ocak_2019.pdf (Erişim tarihi: 23.04.2022).
- Türkiye Bankalar Birliği (2020 Aralık). *Risk merkezi aylık bülteni*. https://www.riskmerkezi.org/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/2669/Risk_Merkezi_Aylık_Bulteni_Aralık_2020.pdf (Erişim tarihi: 19.02.2022).
- Türkiye Bankalar Birliği (2021 Aralık). *Risk merkezi aylık bülteni*. https://www.riskmerkezi.org/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/3153/Risk_Merkezi_Aylık_Bulteni_Aralık_2021.pdf (Erişim tarihi: 19.02.2022).

- Türkiye Bankalar Birliği (2021 Mart). *Risk merkezi aylık bülteni*.
https://www.riskmerkezi.org/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/2792/Risk_Merkezi_Aylık_Bulteni_Mart_2021.pdf (Erişim tarihi: 10.03.2022).
- Wang, C. N. and Le, A. P. (2019). Application of multi-criteria decision-making model and gm (1, 1) theory for evaluating efficiency of fdi on economic growth: A case study in developing countries. *Sustainability*, 11(8), 2389.
- Wang, X., Zhao, H. and Bi, K. (2021). The measurement of green finance index and the development forecast of green finance in China. *Environmental and Ecological Statistics*, 28(2), 263-285.
- Xie, N. and Liu, S. (2009). Discrete grey forecasting model and its optimization. *Applied Mathematical Modelling*, 33, 1173-1186.
- Yetiz, F. (2021). COVID-19 pandemi sürecinin Türk bankacılık sektörü çalışanlarına ve müşterilerine etkileri: swot analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, *Ejosat 2021 Ocak*, 109-117. Doi: 10.31590/ejosat.835792
- Yıldırım, B.F. ve Kesintürk, T. (2015). Kredi kartı kullanım istatistiklerinin gri tahmin ve genetik algoritma tabanlı gri tahmin metodu ile tahmini: karşılaştırmalı analiz. *Bankacılar Dergisi*, (94), 65-80.
- Yu, M.C., Wang, C.N. and Ho, N.N.Y. (2016). A grey forecasting approach for the sustainability performance of logistics companies, *Sustainability* 8, 866; doi:10.3390/su8090866.
- Yuan C. and Chen, D. (2016). Effectiveness of the GM (1,1) model on linear growth sequence and its application in global primary energy consumption prediction. *Kybernetes*, 45(9), 1472-1485.
- Zhang, Q. (2016). Price forecasting algorithm of carbon finance market based on kalman regression. *Tecnica De La Facultad De Ingenieria Universidad Del Zulia*. 39(10),376-383.
- Zhang, Q. and Chen, R. (2014). Application of metabolic GM (1, 1) model in financial repression approach to the financing difficulty of the small and medium-sized enterprises. *Grey Systems: Theory and Application*.
- Zhao, J. (2016). A project cost forecasting method based on grey system theory. *Chemical Engineering Transactions*, (51), 367-372.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50
2. yazar katkı oranı : %50



Kamu Hastanelerinde Çalışan Hemşirelerin Lider Üye Etkileşimi ve Çatışma Yönetimi Davranışları Arasındaki İlişki*

The Relationship between Lead Member Interaction and Conflict Management Behaviours of Nurses Working in Public Hospitals

Bilim Uzmanı Eda İŞÇİ AKBIYIK¹, Doç. Dr. Gözde MERT²

Öz

Sağlık kurumları, diğer kurumlara göre daha farklı ve daha hassas bir hizmetin sunulmasını gerektirmektedir. Hastanelerde taleplerdeki tutarsızlıklar ve belirsizlikler, hizmet süreçlerinin oldukça karmaşık olması, sunulan hizmetlerin hem karmaşık hem de büyük ekipler aracılığıyla eşgüdüm içerisinde olması gerekliliği, tıbbın ve teknolojinin hızlı bir gelişim ve değişim göstermesinden dolayı hem liderlikte hem de üyeler de gerçekleştirebilen etkileşim düzeyini önemli bir boyuta taşımıştır. Ancak bu tür durumlar aynı şekilde lider ile üye arasındaki etkileşimde, çatışmanın da yaşanabileceğini göstermektedir. Çatışma yönetimleri lider üye etkileşimlerine bağlı şekillenebilmektedir. Lider, üyeler ile etkileşimde aksaklık meydana gelmesi halinde sorunların da artabileceğini bilmeli, bu amaçla, çatışma çözümü becerisinde gelişebilecek sorunları belirlemelidir. İfade edilenler çerçevesinde lider üye etkileşimi açısından çatışma yönetim davranışları sağlık kurumları için büyük bir önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, kamu hastanelerinde çalışan hemşirelerin lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışlarını belirlemek, demografik ve mesleki özellikler ile arasındaki ilişkiyi belirleyip, kamu hastanesinde çalışan hemşirelerin lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırma altı kamu hastanesinde çalışan hemşirelere dağıtılan anket ile uygulanmış olup, SPSS programı ile analiz edilmiştir. Yapılan bu çalışmada kamu sağlık kurumunda çalışan hemşirelerin lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasındaki ilişki korelasyon ve regresyon testleri ile ölçülmüş olup, ilişkiler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, lider-üye etkileşimi, çatışma yönetimi

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Health institutions require a different and more sensitive service than other institutions. Inconsistencies and uncertainties in demands in hospitals, the complexity of service processes, the necessity of providing services in coordination with both complex and large teams, and the rapid development and change of medicine and technology have brought the level of interaction that can be realized both in leadership and members to an important dimension. However, such situations also show that conflict can also occur in the interaction between the leader and the member. Conflict management can be shaped by leader-member interactions. The leader should be aware that problems may increase if there is a disruption in interaction with the members, and for this purpose, he should identify the problems that may develop in conflict resolution skills. Conflict management behaviors are of great importance for health institutions in terms of leader-member interaction within the framework of what has been stated. From this point of view, the aim of the study is to determine the leader member interaction and conflict management behaviors of nurses working in public hospitals, to determine the relationship between demographic and professional characteristics and to examine the relationship between leader member interaction and

* Bu çalışma, Doç. Dr. Gözde MERT danışmanlığında Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı'nda Eda İŞÇİ AKBIYIK tarafından hazırlanan "Lider-Üye Etkileşimi ve Çatışma Yönetimi Davranışları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹edaisci93@gmail.com

²Istanbul Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, gozde.mert@nisantasi.edu.tr

Atf için (to cite): İşçi Akbıyık, E. ve Mert, G. (2024). Kamu hastanelerinde çalışan hemşirelerin lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasındaki ilişki. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 207-225.

conflict management behaviors of nurses working in public hospitals. The research was applied with the questionnaire distributed to the nurses working in six public hospitals and analyzed with the SPSS program. In this study, the relationship between leader member interaction and conflict management behaviors of nurses working in public health institutions was measured by correlation and regression tests, and there was a statistically significant relationship between them.

Keywords: Leadership, leader-member interaction, conflict management

Paper Type: Research

Giriş

Günümüzde örgütlerin başarılı ve etkili olabilmesi ve rekabet avantajı kazanabilmesi için yönetim tarzlarına önem vermelidirler. Burada ise temel süreçler, liderler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Lider ve üyeler arasında kurulan bağ; güven, sevgi, içtenlik ve saygı gibi hislerin davranışsal süreçlere etkisi bulunmaktadır. Böyle bir etki, lider ve üyeleri arasındaki bağı artırmakta ve bu bağın kuvveti arttıkça, üyelerin motivasyonları ve verimlilikleri de o denli yüksek olmaktadır. Lider-üye ilişkisi ve etkileri, özellikle de liderin çatışma yönetimlerindeki başarı düzeyi ile de ilişkilidir. Çatışmaların olumlu şekilde sonuçlanmasını sağlayabilecek bir yönetim becerisi ve iletişim şekli, lider-üye etkileşimini de olumlu düzeyde etkilemektedir (Güler, 2019, s. 1138).

Liderlerin çatışma yönetim şekilleri, çalışanların tutum ve davranışları üzerinde etkin bir yer tutmaktadır. Çalışanın tutumunda görülen farklılaşmaların önemli etkisi, çatışmalar ile beraber olmaktadır. Söz konusu etkiler arasında ise; devamsızlığın yaşanması, örgütsel bağlılığın azalması, iş yavaşlatması, hizmet sunumlarının kötüleşmesi, çalışma ortamında olumsuz davranışların görülmesi gibi sonuçlara neden olmaktadır (Gündüz Çekmecelioglu ve Ülker, 2014, s. 36). Buna göre liderler, çatışma yönetim davranışlarını en iyi şekilde geliştirmeli ve sunmalıdır. Karcioğulları ve Alioğulları (2012) tarafından çatışma yönetimi, uzlaşmacılığı hedefleyen ve çatışmaya taraf olanlar veya üçüncü kişiler için karşılıklı etkileşimde olma boyutunu belirtmektedir. Çatışan tarafların veya çatışma dışında kalan başka tarafın karşılıklı etkileşimde bulunmaları, çatışmayı belirli yönde sonuçlandırabilme girişimleri öncelikli konulardır. Burada yönlendiricilik açısından ise liderler, problem çözme becerisini geliştiren, uzlaşmacı süreci destekleyen, zorlama gibi bir sürece maruz kalmadan yönetimi sağlayan, kaçınma stratejilerini uygulayan ve uyum sağlama becerisinin süreç içerisinde etkinliğini destekleyen lider olmaya yönlendiren şekliyle açıklanabilmektedir.

İfade edilenler çerçevesinde lider-üye etkileşimi açısından çatışma yönetim davranışları örgütler için önem taşımaktadır. Özellikle daha karmaşık ve daha hassas bir yapıya sahip olan hastanelerde ekip halinde çalışma, tıbbın ve teknolojinin hızla gelişmesi ve insan sağlığının ele alınması lider üye arasındaki etkileşim düzeyinin ve çatışma yönetimi davranışlarının önemini giderek daha da arttırmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada kamu hastanesinde çalışan hemşirelerin lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışlarına odaklanılmıştır.

1. Lider Üye Etkileşimi

Lider ve üyeleri arasında kurulan ilişkiler, lider-üye yaklaşımına dayalı gelişmektedir. Çalışanların sadece yönetilmesi yeterli olmamakla birlikte, etkileşimler de önemli bir yer tutmaktadır. Etkin iletişim kurma becerisi, birlikte çalışabilme sürecinde olumlu bir yönetim için gereklidir. Bu tür durumlar yönetim kuramlarına da yansımaktadır. Lider-üye etkileşim odaklılığı aynı zamanda, lider-üye değişim odaklılığı şeklinde de devamlılık kazanmaktadır. Buna göre liderler ve üyeler arasındaki söz konusu gelişmeler, izleyen karşılıklı etkileşimleri sağlayabilme düzeyine göre ölçümlenmektedir. Liderlerin davranışları bu konuda önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle etkileşimin en önemli boyutu, liderler ile beraber gelişme kazanmaktadır (Aslan ve Özata, 2009, s. 102).

Lider-üye etkileşiminin başarısı ve üstüyle iletişim kuran astın memnuniyet düzeyi, işe olan bağlılığını göstermektedir. Aynı zamanda lidere ve örgüte olan bağlılığı da buna göre değişmektedir. Lider-üye etkileşimlerinde söz konusu bu tür ilişkilendirmeler ise, ek görevlerin ve sorumlulukların, liderlere düşmesi anlamına gelmektedir. Liderin yönetsel stratejisi ve işlerini astları ile paylaşması, onların önerilerini alması gibi durumlar, bu açıdan daha önemli bir konudur. Karşılıklı güçlendirme davranışlarının ve zaman içerisinde gelişme gösteren davranışların özellikleri, yüksek düzeyde karşılıklı güvene, bağlılığa ve desteklerin sunulduğu bir noktaya gelmektedir. Liderlerin yüksek nitelikli etkileşimleri, bu tür durumların bir sonucu olarak işlevsellik kazanmaktadır (Özutku, Ağca ve Cevrioğlu, 2008, s. 196). Yönetim sorumluluğunun yerine getirilebilmesi ve yeterli zaman/enerji gibi önemli unsurların yeterince çalışanlara sağlanması, elde edilen faydanın da aynı şekilde çalışanlar üzerinde görülmesi şeklinde yansımaktadır. Lider-üye etkileşimlerinde bu doğrultuda liderlere önemli sorumluluklar düşmektedir. Etkileşimi tehlikeye sokabilmenin yanı sıra, olumlu bir düzeye de ulaştırma sonuçları fazladır. Bu nedenle lider-üye etkileşimlerinde liderler, birçok yönden ilişkinin de belirleyicisi olmaktadır (Maslyn ve Uhl-Bien, 2001, s. 699).

1.1. Lider Üye Etkileşimi Boyutları

Liderlik boyutlarına ilişkin yapılan çalışmalar ve liderlik türlerinin özellikleri, liderlere yüklenen birtakım misyonlarla ilişkilidir. Liderin empati kurabilme becerisi, fedakârlığı, sevgisi, şefkati, menfaatinden ödün vermesi gibi konular, liderlerin etkileşim kurabilmesi sırasında önemli faktörlerdir. Liderin bu tür özelliklere sahip olması ve iş sürecinde de bu tür unsurları, çalışanları ile paylaşabilmesi, lider-üye etkileşiminin daha olumlu düzeyde olmasına yardımcı olmaktadır (Yıldırım, 2020, s. 30-40).

Dienesch ve Liden (1986) Lider Üye Etkileşim Modelini, etki, katkı ve vefakârlık boyutları altında kavramsallaştırmışlardır. Ancak ilerleyen süreç ve çalışmalar, lider üye etkileşim modeline bir boyut daha eklenmesi gerektiğini savunmuştur. Bu boyut profesyonel saygı olarak belirlenmiş olup, lider üye etkileşiminin daha iyi açıklanmasını ortaya koymuştur.

Etki: Lider ile üyeler arasında karşılıklı hoşlanma gibi duyguları ifade edip, kişilerarası çekiciliğe dayanmaktadır. Lider ve çalışanın ilişkiyi bireysel olarak istemesiyle oluşmaktadır (Akdöl, 2018, s. 101). İş değerlerinden daha çok karşılıklı ikili etkileşimlere dayanmaktadır.

Katkı: Lider ve üyenin ortak hedefler doğrultusunda ortaya koyduğu iş kaynaklı olayların kalitesi, yönü ve miktarı ile ilgili konuları içermektedir. Katkının değerlendirilmesinde, üyenin iş tanımında yer alan görevlerini tamamlaması, yerine getirmesi ve ötesine geçmesi, sorumluluk alıp bu sorumluluklarını yerine getirmesi; liderin ise imkanları ve fırsatları çalışana için değerlendirmesi ve genişletmesidir (Çekmecelioğlu, 2014, s. 38).

Vefakarlık (Sadakat): Lider ile üyenin birbirlerinin amaçlarını, özelliklerini ve hedeflerini desteklediğini ifade etmektedir. Karşılıklı olarak güven duyma, koruma ve sadık olma davranışlarının geliştirilmesidir (Çöp, 2017, s. 41). Sadakatin yüksek olması ilişkinin güçlü olmasını sağlamaktadır.

Profesyonel Saygı: Liden ve Maslyn (1998) profesyonel saygı boyutunu, “ilişkinin taraflarından her birinin organizasyon içinde ya da dışında sahip olduğu saygınlık derecesine yönelik algı” olarak tanımlamışlardır. Bu algı, kişi hakkında yapılan yorumlara, kişiyle ilgili geçmiş tecrübelerle, alınan ödül araçlarına dayanabilir (Baş, 2010, s. 1020).

Lider-üye etkileşim boyutları, duygusal etkileşimin kurulma becerisi şeklinde de ifade edilebilmektedir. Lider ve astın, sadece iş veya mesleki değerler üzerinden etkileşim kurması yeterli olmayıp, aynı zamanda kişisel çekiciliklerin etkin bir yer kazandığı belirtilebilmektedir. Etkileşimler bu yönde olumlu sürece dönüşmektedir. Bu nedenle lider-üye etkileşiminin tam anlamıyla görülebilmesi için duygusal etkileşimi sağlamaya yardımcı boyutlarının da desteklenmesi gerekmektedir (Gündüz Çekmecelioğlu ve Ülker, 2014, s. 38).

1.2. Lider Üye Etkileşimi Teorisi

Lider Üye Etkileşimi (LMX) yaklaşımı, Graen ve arkadaşları tarafından ele alınmıştır. Bu lider-üye etkileşim teorisinin aslı, Dansereau, Cashman ve Graen tarafından 1973 yılında geliştirilmiş olup Dikey İkili Bağlantı Modeli “Vertical Dyad Linkage (VDL)” adı verilmiştir. Ancak ilerleyen zamanlarda Lider Üye Etkileşimi Teorisi (LMX) olarak değişmiştir (Aslan Ş. ve Özata M. 2009, s. 97). Lider Üye Etkileşimi Teorisi lider ve üyeler arasında, karşılıklı bir şekilde ikili ilişkiler geliştirilmesi gerektiğini öne sürmektedir. Lider Üye Etkileşimi (LMX) teorisi, liderin çalışanlara aynı şekilde ve belirli tarzlar ile yaklaşmadığı, aksine her bir çalışan ile farklı, çalışana özgü ve birebir ilişkiler geliştirdikleri varsayımına dayanmaktadır. (Akdöl, 2018, s. 100). Teorinin kapsamı da aynı şekilde, farklı bir bakış açısının geliştirilmesi, liderlerin üyeleri ile etkileşimlerinde, farklılaştırılmış davranışları geliştirmesi ve bu ilişki düzeyine ne oranda katkının sunulduğu şeklinde yorumlanabilir (Maslyn ve Uhl-Bien, 2001, s. 698).

Lider-üye etkileşim teorisi, ilgi çekici teorilerden birisi olmakla birlikte, temelde iki ayrı teori mekanizması yorumlanmaktadır. Bunlar ise, lider ve yönetici arasındaki etkileşim ile üyeler ve astlar arasındaki etkileşimin, ikili bir yaklaşım şeklinde dikkate alınmasıdır. (Özutku, Ağca ve Cevrioğlu, 2008, s. 194).

Dikey ikili ilişkilerin, etkileşim sürecinde hem grup içinde hem de grup dışında farklılaşmaktadır. Burada çalışanların liderleri ile kuracakları iletişimin yeterliliği ve olumlu süreci, anlaşma ve paylaşma odaklılığında liderleri etkileyen konular olarak belirtilebilmektedir. Lider-üye ilişkilerinin niteliği, etkileşim teorisinin kapsamı içerisinde incelenmektedir (Dansereau, Graen ve Haga, 1975, s. 47). Çalışanların liderlerini izlemeleri, iş görme süreçlerini önemsemeleri ve örgüte devamlılık sağlamaları gibi konular açısından etkileşim mekanizması, önemli birer özelliklerdir. Liderlerin yüksek nitelikteki etkileşimleri kurmaya özen göstermesi böyle bir açıdan önem arz etmektedir (House ve Aditya, 1997).

1.3. Sağlık Sektörü Bağlamında Lider-Üye Etkileşimi

Sağlık sektöründe liderlik, lider-sağlık çalışanı arasındaki etkileşimde belirli faktörlerin süreçleri etkilediği yönüyle değerlendirilebilir. Liderlerin tutum ve davranışları, sağlık sektöründeki etkilerine yönelik farklılaşmaktadır. Liderlik algılarında değişimler ise, liderlerin sağlık çalışanlarına etkileriyle başlamaktadır. Yönetim süreçleriyle devam etmektedir (Keklik, 2012, s. 81). Sağlık kurumlarının kaliteli liderlere ihtiyaçları, teknolojiye ve insan kaynaklarına özel bir önemin verilmesini gerektirmektedir. Sağlık hizmetlerinde en iyi şekilde verimin sunulması, hastanelerde liderlik esaslarının belirlenmesi ve bu aşamada da lider-sağlık çalışanı arasındaki ilişkinin kurulmasını gerektirmektedir. Bu şekilde liderlik vasfının da önemi ve kapsamı, sağlık çalışanlarının daha iyi bir performans yakalamalarında aracı bir faktördür (Keklik, 2012; Uğurluoğlu, Durukan Köse ve Köse, 2015).

Lider-sağlık çalışanı etkileşimi, çalışan performansına yönelik sonuçlarıyla incelendiği takdirde, liderlik boyutları üzerinden değerlendirilebilmektedir. Etki, katkı, sadakat ve profesyonel saygı şeklindeki boyutlarla açıklandığında, liderle çalışanlar arasında karşılıklı hoşlanma olmalıdır. Diğer yandan görev odaklı ilişkileri geliştirmede başarılı olmalıdır. Birbirlerini desteklemelidir. Vefakarlık beklediği ölçüde çalışmaları sürdürmelidir (Özer, 2019, s. 12). Çalışana saygı duymalı ve bunun ise profesyonel düzeyde saygı özelliklerinde olması gerekmektedir. Çalışanın emeğine duyulan saygı, liderlerin üyeleriyle etkileşiminde çalışan performansı açısından önemli bir konudur (Akdöl, 2018, s. 102).

Hizmet sektöründe en önemli alt dallardan biri sağlık kurumlarıdır. Emek yoğun bir alan olmasından dolayı, günlük hayatta daha iyi şekilde anlaşılabilir, insan sağlığını ve aynı şekilde hayatını iyileştirme hedefli olduğundan, lider-sağlık çalışanı etkileşimleri de bu ölçüde

önemli bir konudur. Sağlık kurumlarının kaliteli birer liderlere duydukları ihtiyaçlar temelinde hem teknolojik hem de insan kaynakları gereği inceleme, daha kapsamlı çalışmaların aynı ölçüde yapılmasını gerçekleştirmek demektir (Keklik, 2012, s. 81). Sağlık kurumlarında bu tür konular gereğince liderin önemi yadsınamaz düzeydedir. Ancak en önemli faktörlerden biri de Özer (2019) çalışmasında değinilen performansla ilgilidir. Sağlık hizmetlerinde en iyi bakım, mesleki düzeyde bilgi ve beceri yönünden en iyi bilgi, malzeme kullanımlarında en uygun malzemelerin tercih edilmesi, sağlık hizmetlerinin zamanında verilmesi, eksiksiz yapılması, doğru ve güvenilir ölçüde yapılması, hastaya sunulması ve iletilmesi gibi birçok unsurlar gereğince lider-sağlık çalışanı etkileşimlerinde etkin performans yakalanmalıdır. Aynı şekilde Aslan ve Özata (2009) tarafından yapılan çalışmada da lider-sağlık çalışanı arasındaki etkileşim, özellikle sağlık çalışanlarının performansları üzerindeki etkileriyle açıklanmaktadır. Ayrıca liderleriyle kendilerini yakın hissetmeleri de lider-sağlık çalışanı etkileşimi başarısıyla bağlantılıdır. Dolayısıyla lider-sağlık çalışanı etkileşimlerinde asıl faktörler, liderlerin yönetim anlayışlarının sonucunda gösterdikleri tutum ve davranışlara göre değişmektedir.

2. Çatışma Yönetimi

Çatışmanın temel dayanağı, grupların ya da örgütlerin etkileşim halinde bulunmalarının sonucuna ilişkin gelişmektedir. Etkileşim dinamiğinde taraflar arasında yaşanan çatışma, uyuşmazlık ve tutarlık dinamiğinde, kıt kaynakların paylaşılmasından, ortak bir eylemin veya etkinliğin çeşitlilik dâhilinde yapılmasının istenmesinden, farklı değerlere, tutumlara ya da inançlara sahip olmalarından kaynaklıdır (Karip, 2003, s. 43). Çatışmanın çözülme aşamasında birçok yeni stratejilerin geliştirilmesi, çatışmadan en iyi şekilde yararlanma hedefine değinildiğinde, örgütler açısından önemli bir konudur (Karcıoğlu ve Alioğulları, 2012, s. 221).

Çatışma yönetimi, yaşanan anlaşmazlığı belirli konuya yönelik sonuçlandırabilmek için çatışmaya giren kişilerin veya üçüncü bir tarafın karşılıklı eylemlerde bulunması anlamına gelmektedir (Karip, 2003, s. 43). Örgüt bünyesindeki çalışanların hem birey hem de grup olarak çatışma seviyelerini kontrol altında tutabilmek için taraflar arasında yaşanan anlaşmazlıkları ve huzursuzlukları, örgüt yararına yönlendirme amacıyla çalışmaların da yapılmasını sağlamaktır. (Akova ve Akın, 2015, s. 522).

Çatışma yönetimi, uyuşmazlıkları giderme ve aynı zamanda uzlaşmacı bir metodu benimseme açısından önemlidir. Çatışmanın yapıcı bir şekilde çözümlenmesi açısından gerekli bir konudur (Çağlayan, 2006, s. 72). Çatışmanın olumlu yönde devam etmesinin teşvik edilmesi, çatışmanın kontrol altında tutulmasının sağlanması, çatışma çözümünde genel yöntem ve teknikleri aynı doğrultuda desteklemenin önemi, örgütsel çatışma yönetimleri açısından önemli konulardır. Aksi halde çatışma yönetilmediğinde, yaşanabilecek temel sorunlar da artabilmektedir (Kösehan, 2005, s. 117).

2.1. Çatışma Yönetimi Davranışlarına İlişkin Modeller

Çatışma yönetim şekli, birey ya da örgüt gelişimlerinde pozitif sonuçları yakalamak ve ayrıca negatif durumları önlemek amaçlıdır. Çatışmayı zamanında belirlemeyle birlikte başlayan ve önlemleri de aynı şekilde almayla birlikte devam eden süreçler gereğince bu çatışma, yönetimde farklı önceliklere sahiptir (Karcıoğlu ve Alioğulları, 2012, s. 221). Diğer yandan farklı yönetim biçimlerinin de kullanılması, sorunlara yöneticiler tarafından bakılması açısından kendi algılama biçimi dışında metotları geliştirmeyi gerektirmektedir. Burada ise bazı anlaşmalar, davranışların takip edilmesi ve desteklenmesi bağlamında önemli bir faktördür (Eren, 2003). Bu davranış modelleri genel bağlamda belirli konulara yönelik önem kazanmaktadır. Bu tür farklı unsurlar, şu maddeler halinde sıralanabilir:

Problem Çözme Odaklı Yönetim Davranışları: Bu strateji uygulamada temel kural, her iki taraf için de kartların net bir şekilde ortaya koyulmasını sağlamaktır. Yine aynı şekilde her iki tarafın da ne yapabileceği konusuna ilişkin sınırlar çizilmektedir (Karcıoğlu ve

Alioğulları, 2012, s. 223). Problem çözme hedefli çatışma yönetimleri, kişinin hem kendisinin hem de karşı tarafın ilgilerine ve ihtiyaçlarına yönelme derecelerinin fazla olması halinde gelişen çatışma yönetim tarzlarıdır. İki taraf için kabul edilebilecek etkili bir çözüm, taraflar arasındaki farklılıkların incelendiği, bilgi alışverişinin yapıldığı ve açıklık davranışlarında ağırlıkların hissettirildiği çatışma yönetim şeklidir (Psenicka ve Rahim, 2002, s. 307).

Uzlaşmacı Yönetim Davranışları: Taraflardan herhangi biri, tercih edilen birtakım sonuçları elde edemeyen, kazanan ya da kaybeden taraf bulunmadığı takdirde ise, kazananın ya da kaybedenin olmadığı şekilde yorumlanabilmektedir (Oktay, 2019, s. 1148). Bu açıdan karşılıklı kabul edilebilir bir karara ulaşma mantığına dayanan yönetim şeklidir. Tarafların kendi amaçlarından fedakârlık göstermesi gerekmektedir. Bu şekilde çatışma bağlamında açık ve kesin bir galip olmamakla birlikte, mağlup da yaşanmamaktadır (Karcıoğlu ve Alioğulları, 2012, s. 223).

Zorlama Odaklı Yönetim Davranışları: Zorlamada ilişki yerine amaçlar ön plana taşınmaktadır. Çatışmayı çözümlenme aşaması, belirli bir çözüm önerisini ortaya koymada zorlamaya dayalı bir metottur. Burada genel olarak hiyerarşik üstünlüğü olanların, fazlasıyla uyguladıkları bir yöntemdir. Buna göre kazan-kaybet taktiği kullanılmaktadır. Bir tarafın genel bağlamda üstünlüğü, diğer tarafın haklarını isteyememesi anlamına gelmektedir (Çarman, 2015, s. 25). Kazanmak için zorlayıcı davranışa başvurulması, zorlayıcı tarzını geliştiren bireyin kendi amaçlarına da aynı şekilde ulaşması demektir. Burada güç kullanma anlayışı, ciddi sonuçlarıyla etkisini göstermektedir. Taraflardan birisinin kazanmak amacıyla her yola başvurulması, diğer taraf için zarara uğramak demektir (Karcıoğlu ve Alioğulları, 2012, s. 223).

Kaçınma Odaklı Yönetim Davranışları: Çatışma yaşandığında yöneticinin kayıtsız kalması ve net bir tutumu da göstermemesi, kaçınma odaklı yönetim davranışlarına işaret etmektedir. Buna göre kaçınma odaklı yönetim şekilleri, ciddiye alınmama, katılım eksikliğine neden olma ve aynı şekilde yeni çatışma alanlarını doğurmaktır. Kaybet-kaybet şeklinde bir durum gözlemlenmektedir (Psenicka ve Rahim, 2002, s. 308). Kaçınma odaklı yönetimi destekleyenlerle birlikte süreçler daha zorlu bir sonuç doğurmaktadır. İnsanların bilişsel yapılarındaki farklılıkların sonucunda kaçınma durumları görülebilmektedir. Buna göre kaçınma odaklı yönetim davranışlarının etkileri ve sonuçları, organizasyon açısından iyi bir sonuç doğurmamaktadır (Arslan, 2015; Psenicka ve Rahim, 2002).

Taraflar Arasında Uyumluluk Açısından Yönetim Davranışları: Taraflar arasında yaşanabilecek çatışma, taraflardan en az birinin bir anlaşmazlığa neden olmasıyla başlamaktadır. Taraflar arasında uyumluluk konusu ise herhangi bir çatışmanın yaşanmaması ya da çatışma durumlarının iyi bir şekilde yönetilmesiyle sorunların da aynı ölçüde azaltılması demektir (Çarman, 2015, s. 25). Bu strateji genel bağlamda yatıştırma ya da yumuşatma şeklinde ifade edilmektedir. Çatışmayı çözümlenme ise böyle bir durumda, fedakarlığın gösterilmesi, ödün verme yaklaşımının benimsenmesi anlamına gelmektedir (Karcıoğlu ve Alioğulları, 2012, s. 224). Durumu kurtarmada izlenen strateji, bürokratik yapıya sahip olan yerlerde, üstler ile astlar arasında görülen güç mesafesinin de uzak olmasından dolayı, astların genelde boyun eğmelerini gerektiren uygulamalarda bulunmaları anlamına gelir. (Karip, 2003, s. 35).

2.2. Lider Üye Etkileşimi ve Çatışma Yönetimi Davranışları Arasındaki İlişki

Liderin en önemli görevi, insan kaynağının örgütler için önemli olması, ancak insanların iş görme süreçleri açısından fikirlere, amaçlara ve beklentilere göre çatışmalar yaşamaması durumunda, liderin etkisi ve çatışma yönetimi, insan ilişkilerine dayalı bir sonuçla karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle lider, profesyonel yönetici olmakla birlikte, örgütte yaşanan çatışmaları, örgütün amaçları doğrultusunda etkin bir şekilde yönetmedeki başarıyla açıklanmaktadır (Yılmaz ve Görecek, 2019). Dolayısıyla lider, çatışma olması halinde uygulamaları aynı düzeyde geliştiren ve sorunları çözümlendiren. Bu nedenle lider, bu iş için genel özellikleri ve becerileri taşımalıdır. Burada temel beceri kaynağı, iletişim becerisi

gelişmiş, yeniliğe ve gelişmeye açık, takım halinde çalışmaya açık olan elverişli liderler aracılığıyla işlemlerini yapmaları şeklinde belirtilebilmektedir. Buna göre sosyal, kavramsal ve yönetsel beceriler, liderlerin çatışmaları başarılı şekilde yönetmeleri açısından gerekli faktörlerdir (Maral, 2016, s. 68).

2.3. Sağlık Sektöründe Lider Üye Etkileşiminin Çatışma Yönetimine Etkisi

Sağlık kurumu olan hastaneler, diğer farklı kurumlara göre daha nazik, hassas, güvenilir ve daha farklı bir hizmetin sunulmasını gerektirmektedir. Hastanelerde taleplerdeki ve isteklerdeki tutarsızlıklar ve belirsizlikler, hizmet sunum sürecinin oldukça karmaşık olması, hizmetlerin farklı ve daha büyük ekipler aracılığıyla eşgüdüm içerisinde sunulması gerekliliği, tıbbın ve teknolojinin hızlı bir gelişme ve değişme göstermesinden dolayı liderler ve üyeler de gerçekleşen etkileşim düzeyini önemli bir boyuta taşımıştır. Ancak bu tür durumlar aynı şekilde lider ile üye arasındaki etkileşimde, çatışmanın da yaşanabileceğini göstermektedir. Çatışma yönetimleri bu nedenle lider-üye etkileşimlerine bağlı şekillenebilmektedir (Ürek, 2015, s. 28). Sağlık kalitesi çerçevesinde hizmeti kullanacak hastanın sağlık durumunda destek, güven, saygı, anlayışa yönelik yüksek kalite, sağlık çalışanlarının sunması gereken hizmetlerdir. Ancak bu yönde sunulacak hizmetin yönetiminde lider, sağlık çalışanları üzerinde etkin bir performans göstermelidir (Güler, 2019; Ürek, 2015). Çatışmayı önlemek açısından da bu konu önemlidir. Böylece sağlık sektöründe çatışma yönetimleri açısından maddeler halinde sıralanan şu yönetimler önemlidir:

- Örgütsel nedenlerden kaynaklı çatışmaların önlenmesi açısından lider-üye etkileşimi,
- İşten kaynaklı nedenlerde çatışmaların önlenmesinde lider-üye etkileşimi,
- Bireysel nedenlerden kaynaklı çatışmaların önlenmesi açısından lider-üye etkileşimi,
- İletişim nedenlerinden kaynaklı çatışmaların önlenmesi açısından lider-üye etkileşimi.

Literatür incelendiğinde bu bilgilerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₁: Hemşirelerin lider-üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasında ilişki vardır.

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Lider üye arasındaki ilişkiler ve çatışma yönetimi davranışları sorun ortaya çıkaran konulardır. Liderler, üyelerini etkilerler ve bu durum grup içindeki çatışmayı etkileyen değişkenler üzerinde önemli bir etkiye sebep olmaktadır (Rahim, 2001, s. 150). Kurumlarda yönetici ve çalışanlar arasında ilişkilerin anlaşılmasının, var olan sorunların tespit edilip bu sorunlara doğru çözüm yollarının bulunmasının önemi giderek daha fazla artmaktadır. Sağlık kurumu olan hastaneler diğer sektörlerdeki kurumlara göre daha karmaşık, hassas ve farklı hizmet sunmaktadır. Hastanelerde isteklerin belirsizliği ve tutarsızlığı, hizmetlerin büyük ve farklı ekipler halinde sunulması ile tıbbın ve teknolojinin hızlı değişim ve gelişim göstermesi lider ile üyeler arasında gerçekleşecek iletişim ve etkileşim düzeyinin önemini artırmaktadır. Çünkü lider ile üye arasında yaşanacak iletişim bozukluğu ve bunun neden olacağı çatışmalar sağlık hizmetleri sunumunun miktarını, kalitesini ve düzenini etkileyerek hizmeti alacak olan insanların sağlık durumuna yansıtılabilecektir. Bu nedenlerle araştırmanın temel amacı kamu hastanelerinde çalışan hemşirelerin lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektir.

4. Yöntem

Araştırma kapsamında lider-üye etkileşiminin çatışma yönetimi açısından yeri ve önemi, sağlık kurumlarında hemşirelere yönelik, liderlerin çatışma yönetim davranışlarını tespit etmek şeklinde uygulanmıştır. Bu amaçla kamu hastanelerinden örnekler belirlenmiştir. İl

Sağlık Müdürlüğü'nden alınan çalışan sayılarına göre örneklem sayısı hesaplanmıştır. Araştırma tanımlayıcı tipte tasarlanmış kesitsel ve nicel bir araştırmadır. Nicel bir araştırma olması ise verilerin ölçekler yardımı ile sayısal (nümerik) olarak elde edilmesidir. Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak hastanenin yoğun bakım, yataklı servisler ve acil servis hemşirelerine anket formu dağıtılmıştır. Ankete yöneltilen cevaplar doğrultusunda SPSS veri analiz teknikleri uygulanmış ve bulgular elde edilmiştir.

Araştırma için Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 05.01.2021 tarihinde ve İstanbul Valiliği İl Sağlık Müdürlüğünden 22.01.2021 tarihinde E-15916306-604.01.01 sayı ile araştırma etik izinleri alınmıştır.

4.1. Veri Toplama Araçları ve Kullanılan Değişkenler

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde kişisel ve demografik bilgiler, ikinci bölümünde lider üye etkileşimi ölçeği, üçüncü bölümünde örgütsel çatışma envanteri-II ölçeği yer almıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanmış olan sosyo-demografik veri formunda belirlenen kamu hastanelerinde çalışan hemşirelerin; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslekte çalışma süresi, kurumda çalışma süresi, iş yerinizdeki pozisyon ve meslekten memnun olma durumuna yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Araştırmada hemşirelerin Lider-Üye Etkileşim düzeyini ölçmek için Lider-Üye Etkileşimi Ölçeği/LÜE-12 (Multidimensionality of Leader-Member Exchange/LMX-MDM12) kullanılmıştır. Liden ve Maslyn (1998) tarafından geliştirilen bu ölçek etki, katkı, sadakat ve profesyonel saygı olmak üzere dört boyutu ele almaktadır. Bu ölçek her boyutta yer alan 3 maddeyle beraber toplamda 12 maddeden oluşmaktadır. Araştırmada Lider-Üye Etkileşimi Ölçeği/LÜE-12'nin seçilmesinin nedeni; ölçeğin güvenilirliğinin, Liden ve Maslyn (1998) tarafından .89 olarak hesaplanması ve bu ölçeğin diğer literatürlerde araştırmacılar tarafından sık kullanılıyor olmasıdır. Baş ve diğerleri (2010) tarafından ölçeğin Türkçedeki güvenilirlik ve geçerliliği yapılmış olup ölçeğin iç tutarlılığını gösteren Cronbach alfa değerleri; etki boyutu için .920, katkı boyutu için .700, sadakat boyutu için .864, profesyonel saygı boyutu için .903 olarak bulunmuştur.

Araştırmada hemşirelerin çatışma yönetimi davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek için Rahim (1983) tarafından geliştirilen Rahim Örgütsel Çatışma Envanteri II (ROCI-II) kullanılmıştır. Üstler, emsaller ve astlar arasındaki çatışma yönetim stillerini ölçmektedir. Likert tipi beş boyutlu ölçme aracı olan bu ölçek, 28 maddeden oluşup, üç (ROCI-II Form A, ROCI-II Form B, ROCI-II Form C) ayrı formu bulunmaktadır. ROCI-II Form A; kişilerin üstleri ile aralarında meydana gelen çatışmalarına odaklı, ROCI-II Form B; kişilerin astları ile aralarında meydana gelen çatışmalarına odaklı ve ROCI-II Form C; çalışanların emsalleri ile çıkan çatışmalarına odaklıdır. Rahim (1983) tarafından yapılan orijinal çalışmada ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .72 ile .77 arasında bulunmuştur.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü'ne bağlı altı kamu hastanesinde çalışan kadın ve erkek hemşireler oluşturmaktadır. İstanbul ilinde altı kamu hastanesinde çalışan hemşirelerin araştırma evreni olarak seçilmesinin sebebi, araştırmaya katılan hemşirelerin ulaşılabilir olması ve sağlık çalışanı sayısı bakımından en büyük il olmasıdır. Araştırmacının da hemşire olarak İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü'nde görev almasıdır. Verilerin toplanmasında "Basit Tesadüfi Örnekleme Yöntemi" kullanılıp, örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül yardımı ile belirlenmiştir.

$$1. \quad (n = Nt^2P(1 - P) / d^2(N - 1) + t^2P(1 - P))$$

(n: Örnek kütle büyüklüğü, N: Anakütle büyüklüğü, P: İncelenen olayın görülüş sıklığı, 1-P: İncelenen olayın görülmeyiş sıklığı, t: Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosundan bulunan teorik değer, d: Örnekleme Hatası)

Büyük örneklem ile çalışabilmek için olasılıklar 0,5 olarak alınmıştır. %95 güvenirlilik ile ($\alpha=0.05$ hata ile), incelenen olayın görülüş sıklığının, (p) gerçek popülasyon oranından (P) %5 yüksek ya da %5 düşük olmasına razı olduğu, diğer ifade ile $d=0.05$ örnekleme hatası altında bu araştırma da yaklaşık 2766 çalışma evrenine göre minimum örnek büyüklüğü en az 337 olarak hesaplanmıştır. Çalışmada 422 kişiye ulaşılmış ancak, 409 kişinin verileri değerlendirilmiştir.

5. Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya katılan hemşirelerin tanımlayıcı bulguları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların bireysel özelliklerinin dağılımı (n=409)

Gruplar	Frekans	Yüzde	Gruplar	Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Medeni Durum		
Kadın	303	74,08	Evli	194	47,43
Erkek	106	25,92	Bekar	215	52,57
Yaş			Eğitim Durumu		
18-25	64	15,65	Sağlık Meslek Lisesi	44	10,76
26-33	250	61,12	Ön Lisans	80	19,56
34-41	72	17,60	Lisans	219	53,55
42-49	23	5,62	Yüksek Lisans/Doktora	66	16,14
Meslekteki Çalışma Süresi			Kurumdaki Çalışma Süresi		
1-5 yıl	191	46,7	1 yıldan az	27	6,6
6-10 yıl	116	28,36	1-5 yıl	218	53,3
11 yıl ve üzeri	102	24,94	6-10 yıl	98	23,96
			11 yıl ve üzeri	66	16,14
Yönetim Pozisyonunun Olma Durumu			Pozisyon		
Evet	65	15,89	Yönetici	38	9,29
Hayır	344	84,11	Çalışan	371	90,71
Liderlik Eğitimi Alma Durumu			Çalışma Şekli		
Hayır	159	3,88	Gece	54	13,2
Evet, örgün bir eğitim aldım. (Okulda ders olarak)	166	40,59	Gündüz	94	22,98
Evet, yaygın bir eğitim aldım. (Kurs, seminer, sertifika)	84	20,54	Gece/Gündüz	261	63,81
Kurumdaki Görev			Çalışılan Bölüm		
Yönetici	22	5,38	Dahiliye	39	9,54
Sorumlu Hemşire	33	8,07	Cerrahi	45	11
Servis Hemşiresi	109	26,65	Kadın Doğum	28	6,85
Yoğun Bakım Hemşiresi	127	31,05	Ortopedi	23	5,62
Acil Servis Hemşiresi	60	14,67	Çocuk	30	7,33
Ameliyathane Hemşiresi	34	8,31	Yoğun Bakım	125	30,56
Özel Dal Hemşiresi	24	5,87	Acil	64	15,65
			Psikiyatri	18	4,4
			Ameliyathane	37	9,05
Bölümdeki Hemşire Sayısı			Meslekten Memnuniyet		
1-5	26	6,36	Evet	209	51,1
10-15	89	21,76	Hayır	53	12,96
16-20	110	26,89	Kısmen	147	35,94
21-25	67	16,38			
25 ve üzeri	117	28,61			
Bölümdeki Hemşire Sayısının Yeterliliği					
Yeterli	267	65,44			
Yetersiz	141	34,56			

5.1. Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Açıklayıcı faktör ve güvenilirlik analizleri kapsamında lider-üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları incelenmiştir. Bu çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği ilk olarak açıklayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir.

5.1.1. Lider-Üye Etkileşimi Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Lider üye etkileşim ölçeğinde veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ve Barlett küresellik testi uygulanmıştır.

Tablo 2. Lider üye etkileşim ölçeğine ilişkin faktör analiz sonucu

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlığı	Faktör Açıklayıcılığı %
Etki	m1	0,803	25,75
	m2	0,772	
	m3	0,787	
Vefa	m4	0,798	22,73
	m5	0,872	
	m6	0,852	
Katkı	m7	0,817	16,38
	m8	0,813	
	m9	0,788	
Saygı	m10	0,717	15,15
	m11	0,793	
	m12	0,787	
		Toplam	79,99
KMO Örneklem Yeterliliği			0,917
Bartlett's Küresellik Testi		ki-kare	3534,36
		p	0,001

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri kabul edilir sınır olan 0.70'in üzerinde 0.917 olup yüksek değer tespit edilmiştir. Barlett küresellik testi de 0.50'nin üzerinde olup 0.05 önem derecesinde anlamlı olarak bulunmuştur. Bu durum veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur. Bulunan KMO katsayısı verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir. Faktör altında kalan madde olmadığından analizden ifade çıkartılmamıştır. Özdeğerleri 1 ve üzeri olan 4 faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans %79,99'dur. Faktörler sırasıyla "Etki", "Vefa", "Katkı" ve "Profesyonele saygı" olarak adlandırılmıştır. Tablo 2, Lider üye etkileşim ölçeğine ait faktör analizi sonuçlarını göstermektedir.

5.1.2. Çatışma Yönetimi Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Bu çalışmada Örgütsel Çatışma Envanteri ölçeğinde veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ve Barlett küresellik testi uygulanmıştır.

Tablo 3. Örgütsel çalışma envanterine ilişkin faktör analiz sonucu

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlığı	Faktör Açıklayıcılığı %
Baskın Olma	m14	0,607	19,297
	m17	0,736	
	m21	0,507	
	m22	0,511	
	m24	0,561	
Kaçınma	m3	0,603	12,802
	m5	0,602	
	m9	0,770	
	m11	0,707	
	m13	0,669	
	m28	0,584	
Uyma	m8	0,720	11,589
	m10	0,684	
	m16	0,572	
	m19	0,554	
	m23	0,651	
Uzlaşma	m26	0,820	10,213
	m2	0,668	
	m25	0,757	
	m27	0,763	
Problem Çözme	m1	0,540	9,846
	m6	0,523	
	m7	0,629	
	m12	0,602	
	m18	0,725	
	m20	0,508	
		Toplam	63,747
	KMO Örneklem Yeterliliği		0,918
Bartlett's Küresellik Testi		ki-kare	5601,614
		p	0,001

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri kabul edilir sınır olan 0.70'in üzerinde 0.918 yüksek değer olarak tespit edilmiş ve Bartlett küresellik testi 0.50'nin üzerinde olduğu ve 0.05 önem derecesinde anlamlı olduğundan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur. Faktör yükü 0,5' in altında kalan ve birden fazla faktör ile ilişkisi bulunan "m4- Görüşlerimi iş arkadaşlarımla görüşleriyle bütünleştirerek ortak bir karara varılmasına çalışırım." ve "m15- Uzlaşmaya varılabilmesi için iş arkadaşlarımla görüşmelerde bulunurum" ifadeleri analizden çıkartılmıştır. Bulunan KMO katsayısı verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir. Yeniden yapılan faktör analizinde Özdeğerleri 1 ve üzeri olan 5 faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans %63,75' tir. Faktörler sırasıyla "Baskın Olma", "Kaçınma", "Uyma", "Uzlaşma" ve "Problem çözme" olarak adlandırılmıştır. Tablo 3, Örgütsel çalışma düzeyine ait faktör analizi sonuçlarını göstermektedir.

5.1.3. Ölçek Puanları ve Alt Boyut Puanlarına İlişkin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4. Ölçek puanları ve alt boyut puanlarına ilişkin güvenilirlik analizi sonucu

Cronbach' s Alpha Kat Sayısı	İfade Sayısı	
,721	3	Duygu Alt Boyut
,785	3	Katkı Alt Boyut
,736	3	Sadakat Alt Boyut
,845	3	Saygı Alt Boyut
,927	12	Lider Üye Etkileşim Ölçeği
,742	5	Baskın Olma Alt Boyut
,778	6	Kaçınma Alt Boyut
,698	6	Uyma Alt Boyut
,627	3	Uzlaşma Alt Boyut
,724	6	Problem Çözme Alt Boyut
,908	26	Çatışma Düzeyi

Ölçeklerin güvenilirliği için yapılan Cronbach's Alpha test istatistiği sonuçları Tablo 4' de gösterilmiştir. Bu istatistik değerinin 0,60'dan büyük olması ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

5.2. Normal Dağılım Analizi

Ölçeklere ve faktör analizi sonucu alt boyutlara ait tanımlayıcıyı istatistikler ise Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5. Ölçek puanlarına ilişkin normallik testi sonucu

	Skewness	Kurtosis
Etki	-1,264	2,400
Vefa	-0,659	-0,052
Katkı	-0,932	1,016
Profesyonle Saygı	-1,819	2,270
Lider Üye Etkileşimi	-1,245	2,056
Baskın Olma	-0,909	1,073
Kaçınma	-0,243	-0,014
Uyma	-0,743	0,886
Uzlaşma	-0,589	0,230
Problem Çözme	-1,195	2,834
Çatışma Düzeyi	-0,856	1,302

Normallik testi için çarpıklık ve basıklık katsayıları dikkate alınarak, Örgütsel çatışma düzeyi puanları ve alt boyut puanları ile Lider üye etkileşim toplam puan ve alt boyut puanlarının -3 ile +3 arasında değer aldığı için normal dağıldığı görülmektedir ($p < 0,05$). Buna göre parametrik karşılaştırma testleri yapılacaktır.

5.3. Hipotez Testi

Araştırmaya katılan hemşirelerin lider- üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları ölçeklerinden aldıkları puanlar Pearson korelasyon analizi ile ele alınmıştır. Korelasyon analizi Tablo 6'dadır.

Tablo 6. Korelasyon analizi

	Baskın Olma	Kaçınma	Uyma	Uzlaşma	Problem Çözme	Çatışma Yönetimi Düzeyleri
Etki	,485**	,449**	,502**	,397**	,545**	,549**

Vefa	,434**	,447**	,481**	,410**	,496**	,531**
Katkı	,542**	,517**	,535**	,377**	,603**	,599**
Profesyonele Saygı	,518**	,470**	,461**	,308**	,547**	,537**
Lider Üye Etkileşimi	,547**	,532**	,550**	,416**	,607**	,615**

**0,01

Yapılan analiz sonucunda lider üye düzeyleri ile çatışma yönetimi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$). Aralarındaki ilişki aynı yönlü ve gücü orta derecedir ($r = 0,615$).

5.3.1. Lider Üye Etkileşiminin Çatışma Yönetimi Davranışları Üzerindeki Etkisine Ait Bulgular

Bu aşamada hemşirelerin lider üye etkileşiminin çatışma yönetimi davranışları üzerindeki etkisi kesitsel doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Kurulan regresyon modeline ait denklem aşağıdadır:

$$2. (Lider\ üye\ etkileşimi = Sh (6,409) + B (0,393) (Örgütsel\ Çatışma\ Envanteri\ II))$$

Lider-üye etkileşim düzeyinin çatışma yönetimi davranışlarına olan etkisini inceleyen regresyon tablosu Tablo 7' de yer almaktadır.

Tablo 7. Regresyon testi sonucu

	B	Sh	Beta	T	P	R	R ²	F	p
Örgütsel Çatışma Düzeyi	0,393	6,409	0,615	2,53	0,012	0,615	0,378	247,3	0,001*

Örgütsel çatışma düzeyleri Lider üye etkileşim düzeyinin anlamlı bir yordayıcısıdır. Tablo 7'ye göre yapılan F testi sonucundan modelin bir bütün olarak istatistiksel açıdan anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F = 247,3$; $p < 0,05$). Örgütsel çatışma düzeyleri lider üye etkileşim düzeylerinin varyansın yüzde 38'ini açıklamaktadır.

Elde edilen sonuçlar H_1 hipotezini desteklemektedir. Buna göre hemşirelerin lider-üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Lider üye etkileşim düzeyi olumlu düzeyde oldukça çatışma yönetimi o kadar olumlu olmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada kamu hastanelerinde çalışan hemşirelerin lider-üye etkileşimi ve çatışma yönetimi davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında kamu hastanesinde aktif olarak çalışan 409 hemşireye ilişkin veriler kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan hemşirelerin bireysel özelliklerinin dağılımı incelendiğinde; frekanslarda kadınların, bekârların, lisansını tamamlayanların, 1-5 yıl arası çalışanların, kurum içerisinde 1-5 yıl arası çalışanların, iş yerinde yönetsel pozisyon görevinde oranı hayır şeklinde cevaplandırılan, iş yerindeki pozisyonu genelde çalışanların liderlik konusunda eğitim alanların, yoğun bakım hemşireliğinde çalışanların, çalıştıkları bölümde 25'den fazla olanların, çalıştığı bölümde yeterli hemşire olduğunu belirtenlerin, çalışma şeklini genelde gece/gündüz şeklinde gösterenlerin, mesleğinden memnun olan kişilerin oranlarının fazla olduğu belirlenmiştir. Ancak bunların yanı sıra, mesleğinden kısmen memnun olanların da oranları yüksektir. Hemşirelerin çalışma koşulları ve hem hasta ile hem de hasta yakını ile etkileşimlerin yüksek olması, tempolu bir çalışma sürecinde yer almalarına ortam hazırlamaktadır. Bu bağlamda iş memnuniyeti ile hemşirelerin iş görme sürecinde yansıttıkları davranışlar, hastaların görüşlerini de etkilemektedir. Buna göre Temizyürek Yavuz (2019:40) çalışmasında hastaların genel olarak tedavi sürecine katılımında hemşirelerin yaklaşımlarının önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir. Buna göre hemşirelerin etkin ve etkili bir iletişim kurmasının sonucunda hastaların memnuniyetlerinin artırıldığı ifade edilebilmektedir. Bu kapsamda hemşirelerin iş sürecinden memnuniyetleri ile hastalarla kurdukları iletişim arasında bir ilişki olduğundan, hemşirelerin iş görme sürecinde verimliliklerinin ve performanslarını yüksek olması önemlidir. Öztürk ve diğerleri (2013, s. 167) tarafından yapılan bir çalışmada ise hemşirelerin iş yaşam

kaliteleri ile hasta memnuniyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda hemşirenin iş sürecinden memnuniyetinin hasta ile etkileşimlerini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. İletişim kurmanın güçleştiği yoğun bakım, hemşirelerin hem gündüz hem de gece saatlerinde çalışmalarının getirdiği güçlük ve düzensizlik ile yaşam kalitelerinin düşmesine neden olan bir sonuç doğurduğu belirtilebilmektedir. Altınöz ve Demir (2017, s. 95) çalışmalarında yoğun bakımda çalışan hemşirelerin psikolojik açıdan daha çok yıpranmalarından dolayı, ruhsal sorunların görülme risklerinin azaltılması temelli çalışmanın yapılmasının önemli bir yere sahip olduğu belirlenmiştir. Ören ve Dağcı (2020, s. 170) çalışmalarında da yoğun bakım hemşirelerine yönelik bir değerlendirmede bulunulmuştur. Yoğun bakım birimlerinin stresli bir birim olduğuna değindikleri çalışmada, hemşire sayısının ve niteliğinin artırılmasının önemli yere sahip olduğunu ifade etmektedirler. Dikkate alınan bu çalışmalar doğrultusunda, araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, kısmen memnuniyetin olması ile hemşirelerin çoğunluğunun yoğun bakımda çalışanlardan oluşması arasında bir ilişkinin olduğu belirtilebilmektedir. Ancak araştırma sonucunda hemşire sayısının yeterli olduğu tespit edilmiştir. Buna göre hemşirelerin niteliklerinin artırılması, liderlik özelliklerinin geliştirilmesi gibi birtakım unsurlar, verimlilik düzeyinin ve memnuniyetin de aynı oranda artırılmasına katkı sunması açısından önemli kabul edilebilmektedir.

Lider-üye etkileşim ölçeğine göre üyelerin liderlerine yönelik geliştirdikleri yorumlar için en yüksek değer, liderlerin üyelerle etkileşim kurmayı seven kişiler aracılığıyla olabildiği, herhangi bir konu açısından başkaları üzerine geldiğinde liderlerinin kendilerini savunma oranlarının ise en düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. En düşük değer ilişkisi, çatışma kaynağında önemli faktörlerdendir. Çünkü çatışma kapsamında müdahaleci durumlardan ziyade üyelerin iletişimlerinin kalitesini artırıcı uygulamalarda bulunma yaklaşımı daha etkin bir avantaj kazandırabilmektedir. Dolayısıyla lider-üye etkileşimlerinde temel konu, çatışma yönetimini sağlamadaki başarıdır. Liderlerini bir birey olarak sevdiklerini ifade eden çalışanlar fazladır. Çoğunluk görüşlerinde bu husus, lider-üye etkileşimleriyle bağlantılı da incelenmektedir. Hemşirelerin liderlik algıları ve yetenekleri, özellikle de yoğun insan ilişkilerinin kurulmasını gerektiren bir meslek olarak görüldüğünden, yönetici pozisyonunda belirli davranışları sergilemeleri önemli kabul edilebilmektedir. Buna göre Yılmaz ve Kantek (2016, s. 111) çalışmalarında liderlik, hemşirelik hizmetlerinin tamamında önemli bir yere sahip olan ve beklenen bir yeterlilik olarak ifade edilmiştir. Buna göre görev ve sorumluluk açısından grupları doğru hedeflere yönlendirmede, etkili olmada hemşirelerin iş doyumlarını ve motivasyonlarını yüksek tutmaları gerekmektedir. Diğer yandan aynı çalışmada çatışmaların etkin yönetilmesi bağlamında da hemşireler, liderlik potansiyellerini geliştirme ve yöneticilikleri sırasında göstermede önemli bir sonuç yaratmaktadır. Dolayısıyla lider hemşirelerin çatışma yönetim davranışlarının etkisi, üyelerle olan ilişkilerin artırılmasında etkili bir fonksiyon olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında liderin beklenilenden öte çaba gösterdiği, mesleki becerilerine de hayranlık duyulduğu üzerine değerlendirmenin yapıldığı, yine aynı şekilde ifade edilen konulara işaret etmektedir. Bu bağlamda Kütahya (2019, s. 49-51) çalışmasında yönetici hemşirelerin güçlendirme algısı ve liderlik uygulamaları incelenmiştir. Araştırmada liderlerin üyelerle olan etkileşimlerinin daha kaliteli olması için önemli olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda psikolojik güçlendirme algıları yüksek olan liderlerin üyeleri ile etkileşimlerinin de daha kaliteli olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan liderden beklenen davranışlar, üyelerle etkileşimlerin de güçlendirildiği ve iş memnuniyetlerinin artırıldığı bir etki şeklinde yorumlanmıştır. Çamlıbel ve diğerleri (2013, s. 89) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise, çalışan hemşireler tarafından yönetici hemşirelerden beklenen liderlik davranışları incelenmiştir. Çalışma sonucunda, beklenen ve algılanan liderlik davranışları arasında farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Bu durum göstermektedir ki, liderlik davranışlarının üyelerin beklentisi doğrultusunda geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu araştırma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda, liderden beklenen davranış ile liderin algıladığı davranış arasındaki ilişkinin olumlu olduğu belirlenmiştir. Bu araştırma kapsamında liderlerin yaklaşımlarının hemşireler üzerinde belirleyici bir faktör

konumunu taşıdığı belirlenmiştir. Sonuçlar birbirlerini destekler niteliktedir. Ayrıca bu araştırma kapsamında lider-üye etkileşimlerinin kalitesine yönelik bir örnek, liderin çalışanları koruması açısından incelenmiştir. Çatışma yönetim davranışlarının niteliği bu çerçevede mevcuttur. Çatışma ortamının yaygın olduğu sağlık sektöründe yönetim süreçlerinin zorluğu ve tartışmaların fazla olmasına neden olan gelişmeler, liderlerin korumacı yaklaşımları göstermesini önemli kılmaktadır. Bu bağlamda liderlerin üyeleri ile olan etkileşimlerin bu yönde sağlanabildiği ifade edilebilecek bir sonuçtur.

Araştırma kapsamında diğer konu yine lider-üye etkileşimlerinde, faktör yüklerine ilişkin sonuçlarla açıklanabilmektedir. Bu kapsamda elde edilen sonuçlara göre, üyelerin inciten duygulara yol açmaması için anlaşmazlıkları kendine saklaması yönü incelenebilir. Bu ise çatışma kaynağının temel basamağı olmakla birlikte, çatışmada başarılı yönetim de yaşanabilecek sorunları önlemede bir ayrıcalık kazandırmaktadır. Yine en düşük değerler arasında fikirleri kabul ettirmede bilgi ve beceriyi kullanmak hedeflenmektedir. Üyelerin görüşlerini ifade etme açısından kendilerini ortaya koymaktan sakınmadıkları da dikkate alınabilecek faktörlerden biridir. Yine çatışmanın yaşanabileceği konulardan biri olan iş arkadaşlarıyla hoş olmayan konuya yönelik konuşmadan uzaklaşma durumu önemli bir ölçüttür. Faktör yükleri açısından en yüksek değer, iş arkadaşlarıyla etkileşimlerin daha çok artırılması amacıyla dileklerin yerine getirilmesini sağlamaktır. Bu nedenle çalışanlar arasında yaşanabilecek çatışma kaynağı da bu doğrultuda azaltılabilecek unsurlardandır. Bu kapsamda Aydın (2018, s. 11) çalışmasında liderlerden beklenen temel unsurlar arasında ideal etkiyi yaratma, ilham veren motivasyon sağlama, zihinsel uyarılarda bulunma ve bireysel ilgi gösterme konularının öne çıktığı ifade edilmiştir. Buna göre hemşirelerin liderliğe bakış açısından bu faktörler, sorumlu hemşirelerin astlarıyla iletişimlerini güçlendirme sırasında belirli yeteneklere sahip olmaları ile birlikte olumlu sonuçların alındığını göstermiştir. Örneğin liderlerin ikna edici konuşmaları yapması, cesaret verici ve güçlendirici davranışları sergilemesi, bu araştırma kapsamında da elde edilen bulguyu doğrular nitelikte bir etkinin yarattığını göstermektedir. Arabacı (2012, s. 7, 20), liderlerin ilişkiye yönelik davranışları gösteren bir lider potansiyeline sahip olmaları ve böylece üyelerin sorunlarıyla ilgilenen ve arkadaşça yaklaşarak iş arkadaşlarıyla olan ilişkileri kuvvetlendirmeye odaklanan kişi olmalarının önem taşıdığını belirtmektedir. Aynı zamanda çatışma ve problemlerin çözümlenmesinde liderlerin önemli bir potansiyele sahip olduklarını da vurgulamaktadır. Bu ise iyi bir rol model liderlerin davranışlarının en tipik özellikleri olarak aktarılmıştır. Bu araştırma kapsamında da ifade edilen davranışların üyeler tarafından liderlerden beklenen davranışlar olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada lider-üye etkileşiminin yanı sıra, örgütsel çatışma düzeyleri de aynı şekilde incelenmiştir. Buna göre etki, vefa, katkı ve profesyonele saygı faktörleri hem lider-üye hem de örgütsel çatışma düzeyleri kapsamında değerlendirilmiştir. Profesyonele saygı açısından elde edilen sonuçların normallik testi bulgusu en yüksek düzeydedir. Örgütsel çatışma düzeyleri puanları ile lider-üye etkileşim toplam puan ve alt boyut puanlarının normal dağılmadığı belirlenmiştir. Örgütsel çatışma düzeyleri kriterlerinin cinsiyete yönelik değerlendirmelerinde, anlamlı farklılığın bulunmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca lider-üye etkileşimi açısından da bulunmamaktadır. Örgütsel çatışma düzeyleri kriterlerinin medeni duruma yönelik değerlendirmeleri, anlamlı bir farklılığın bulunduğunu göstermiştir. Evlilerin puanının yüksek olduğu ve etki, vefa, katkı kriterleri için anlamlı farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Profesyonele saygı açısından ise anlamlı derecede farklılık vardır. Lider-üye etkileşimi açısından anlamlı bir fark yoktur. Örgütsel çatışma düzeyleri kriterlerinin iş yerinde yönetsel pozisyonda olma, çalışılan pozisyon arasındaki farklılık, hemşire sayısının yeterli olma durumu açısından değerlendirmeleri, meslekteki çalışma süreleri arasında, liderlik konusunda eğitim alma durumları arasında, çalışma şekilleri arasında, meslekten memnun olma durumları arasında, eğitim durumları arasında ve kurumda çalışma süreleri arasında anlamlı farklılığın bulunduğunu göstermiştir. Bütün alt kriterlerin de hepsi anlamlı derecede yüksektir. Kerim (2010: 4, 40) çalışmasında liderlerin güven, saygı, itaat, bağlılık gibi unsurları sağlamasının önemi yadsınamaz düzeydedir. Liderin bu özellikleri kabul ettirme yeteneğinin olmasının ise

profesyonel iş seviyesini sağlaması şeklinde açıklanabilmektedir. Aynı zamanda araştırmada idealleştirilmiş etki sunan davranışların, saygı ve güven oluşturacak potansiyeli yarattığı yine araştırma kapsamında tespit edilen unsurlardır. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında üyelerin saygı duymasının sağlanması, liderlerin yaklaşımlarına bağlı olarak elde edilen bir sonuç yaratmıştır. Bir diğer görüş, Kütahya (2019, s. 18) çalışmasında, hemşirelik mesleğinde profesyonelliğin sağlanmasının önemli konulardan biri olduğu ifade edilmektedir. Liderlerin hemşireleri yetiştirme sırasında profesyonellik algısını hedeflemesi gerekliliğini öne çıkaran unsurlar, liderlerin çalışanlarla etkileşimlerini artıran bir konu olarak değerlendirilmiştir. Bir başka değerlendirme, lider-üye etkileşimlerinin Erdoğan (2014, s. 118-123) çalışmasında etki, katkı, vefa, profesyonele saygıyı kapsayan çok boyutlu yaklaşımında incelenmiştir. Araştırma sonucunda lider-üye etkileşimlerinin iç grup ve dış grup algısını oluşturmada başarılı olduğu belirlenmiş ve bunun ise duygusal zekânın etkili olduğu belirtilmiştir. Buna göre temelde lider-üye etkileşimlerinde bu faktörler, liderlerin duygusal zekâlarını kullanma becerilerinin ve üyeler üzerindeki etkilerinin sonuçları olarak ifade edilebilmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, lider-üye etkileşimleri açısından yönetimin ve liderin davranışlarının, tutumlarının sonuçlarını görmede belirleyici bir unsurdur. Lider-üye etkileşimleri ve örgütsel çatışma düzeyleri ilişkisinde anlamlı farklılıklar görülmekle birlikte, sağlık kurumları açısından bu farklılıkların etkileri, daha hassas, kompleks ve insan sağlığına hizmette önemli bir görev üstlendiklerinden, çalışanların motivasyonları ve performansları, hizmet kalitesine de etki edebilecek unsurlardır. Bu nedenle lider-üye etkileşiminde kazanım, çalışanın örgüte bağlılığı, örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu yönde etkilemesi açısından değerlendirilebilmektedir. Ayrıca hemşirelerin, yoğun bakım biriminde görev yapmaları halinde daha stresli ve yoğun çalıştıkları belirlenmiştir. Bu ise özelden araştırma kapsamında da yoğun bakım hemşireliği yapanların daha fazla olmasına yönelik incelendiğinde, bulguları da doğrulayan konular olmasıyla ilişkili incelenebilir.

Bu araştırma sadece İstanbul ili sınırında yer alan altı kamu hastanesinde aktif olarak çalışan hemşireler ile sınırlı tutulmuştur. Bu sebeple ilerleyen zamanlarda yapılacak olan çalışmalarda daha büyük bir örneklem ile çalışılması daha güçlü ve güvenilir sonuçlara varılmasına yardımcı olacaktır. Örnekleme daha fazla il, daha fazla kamu hastanesi, özel hastaneler dahil edilebilir. Ayrıca sağlık sektörü ekip halinde çalışmayı gerektirmekte olup yapılacak olan diğer araştırmalar sadece hemşireler ile kısıtlı kalmadan tüm sağlık çalışanları ile birlikte yapılabilir. Sağlık kurumlarında yönetici ve çalışan hemşirelere yönelik lider üye etkileşimi ve çatışma yönetimine yönelik eğitim ve seminerler düzenlenebilir. Lider üye etkileşimini arttırmak için hastanelerde sosyal etkinlikler oluşturulabilir. İnsan sağlığının önemli olduğu bu kurumlarda yöneticilerin lider özelliği olan kişiler arasından seçilmesi ve yöneticilerin çatışmadan kaçmak yerine çatışmayı yönetmeyi amaç edinmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Akdöl, B. (2018). *Liderlik*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Akova, O. ve Akın, G. (2015). *Çatışma Yönetimi*. İstanbul: Adra Yayıncılık.
- Altınöz, Ü. ve Demir, S. (2017). Yoğun Bakımda Çalışan Hemşirelerde Çalışma Ortamı Algısı, Psikolojik Distres ve Etkileyen Faktörler. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 8(2), 95-101.
- Arabacı, S. (2012). *Yoğun Bakımlarda Görevli Hemşire Yöneticilerin Liderlik Davranışlarının Hemşirelerin Motivasyonu Üzerine Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)*. Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, Ş. ve Özata, M. (2009). Lider-Üye Etkileşiminin (LMX) Yöneticiye Duyulan Güven Düzeyine Etkisi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 95-116.

- Aydın, O. (2018). *Hemşirelerin Liderliğe İlişkin Değerlendirmeleri ve Sorumlu Hemşirelerin Sahip Oldukları Liderlik Özellikleri (Yüksek Lisans Tezi)*. Trakya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Baş, T., Keskin, N. ve Mert, İ.S. (2010). Lider Üye (LÜE) Etkileşimi Modeli ve Ölçme Aracının Türkçede Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi. *Ege Akademik Bakış*, 10(3), 1013-1039.
- Çamlıbel, N., Gül, G., Bol, P. ve Erbaycu, A.E. (2013). Çalışan Hemşireler Tarafından Yönetici Hemşirelerden Beklenen ve Algılanan Liderlik Davranışlarının Karşılaştırılması (Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği). *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 6(2), 89-112.
- Çarman, K. (2015). *Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarının, Psikolojik Sağlık ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi)*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çöp, S. ve Öztürk, Y. (2017). Lider-Üye Etkileşiminin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2) 37-68.
- Dansereau, F., Graen, G.B. ve George, W. (1975). A Vertical Dyad Linkage Approach to Leadership within Formal Organizations. *Organizational Behavior and Human Performance*, 13, 46-78.
- Erdoğan, S. (2014). *Lider ve Astarın Duygusal Zekâ Faktörleri ile Lider Üye Etkileşimi Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eren, E. (2003). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Güler, M. (2019). Lider-Üye Etkileşimi ve Çatışma Yönetim Stili İlişkisi: Bir Alan Araştırması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1136-1166.
- Gündüz Çekmecelioğlu, H. ve Ülker F. (2014). Lider-Üye Etkileşimi ve Çalışan Tutumları Üzerindeki Etkisi: Eğitim Sektöründe Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 35-58.
- House, R. ve Aditya, R. (1997). The Social Scientific Study of Leadership; Qua Vadis?. *Journal of Management*, 23(3), 409-473.
- Karçioğlu, F. ve Alioğulları, Z.D. (2012). Çatışmanın Nedenleri ve Çatışma Yönetim Tarzları İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(3-4), 215-237.
- Karçioğlu, F. ve Kahya, C. (2011). Lider-Üye Etkileşimi ve Çatışma Yönetim Stili İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 337-352.
- Karip, E. (2003). *Çatışma Yönetimi*. Ankara: Pegem A Yayınları.
- Keklik, B. (2012). Sağlık Hizmetlerinde Benimsenen Liderlik Tiplerinin Belirlenmesi: Özel Bir Hastane Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XIV(I), 73-93.
- Kerim, N. (2010). *İstanbul İli Avrupa Bölgesinde Kamu ve Özel Hastanelerinde Çalışan Yönetici Hemşirelerin Liderlik Davranış Özellikleri (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kösehan, A. (2005). *Örgütlerde Çatışma ve Yönetimi, Denizli'de Bir Örnek (Yüksek Lisans Tezi)*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Kütahya, D. (2019). *Yönetici Hemşirelerin Güçlendirme Alguları ve Liderlik Uygulamaları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi)*. Akdeniz Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Antalya.

- Liden, R. and Maslyn, J. (1998). Multidimensionality of Leader-Member Exchange: An Empirical Assessment Through Scale Development. *Journal of Management*, 24(1), 43-72.
- Maral, M. (2016). *Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri ile Çatışma Çözme Stratejileri Arasındaki İlişki (Yüksek Lisans Tezi)*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Maslyn J. ve Uhl-Bien, M. (2001). Leader-Member Exchange and Its Dimensions: Effects of Self-Effort and Other's Effort on Relationship Quality. *Journal of Applied Psychology*, 86(4), 697-708.
- Oktay, F. (2019). Çatışma Yönetimi ile Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(4), 1146-1155.
- Ören, B. ve Dağcı, S. (2020). Yoğun Bakım Ünitelerinde Çalışan Hemşirelerin Karşılaştıkları Sorunlar. *Yoğun Bakım Hemşireliği Dergisi*, 24(3), 170-183.
- Özer, Ö. (2019). Hemşirelerde Lider-Üye Etkileşimi ve Çalışan Performansının İncelenmesi. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 6(1), 11-21.
- Öztürk, R., Güleç, D., Güneri, S.E., Sevil, Ü. ve Gürmen N. (2013). Hemşirelerin İş Yaşamı Kaliteleri ile Hasta Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(3), 167-174.
- Özutku, H., Ağca V. ve Cevrioğlu E. (2008). Lider-Üye Etkileşim Teorisi Çerçevesinde, Yönetici-Ast Etkileşimi ile Örgütsel Bağlılık Boyutları ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Ampirik Bir İnceleme. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 193-210.
- Psenicka, C. and Rahim, A. (2002). A Model of Emotional Intelligence and Conflict Management Strategies: A Study in Seven Countries. *The International Journal of Organizational Analysis*, 10, 302-326.
- Sayın, Ç. (2008). *Yönetici Hemşirelerde Algılanan Liderlik Tarzlarının Hemşirelerin Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi (Yüksek Lisans Tezi)*. Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Uğurluoğlu, Ö., Köse, S.D. ve Köse, T. (2015). Sağlık Çalışanlarının Hizmetkâr Liderlik Algılarının Lider-Üye Etkileşimi ve Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 239-262.
- Ürek, D. (2015). *Sağlık Kurumlarında Lider-Üye Etkileşim Düzeyi İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi)*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ürek, D. ve Uğurluoğlu Ö. (2015). Sağlık Çalışanlarının Lider-Üye Etkileşim Düzeylerinin Çeşitli Özellikler Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyoekonomi*, 23(25), 7-30.
- Yıldırım, F. B. (2020). *Hizmetkâr Liderliğin Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisinde Lider-Üye Etkileşiminin Aracı Rolü: Belediye Çalışanları Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi)*. İstinye Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, H. ve Kantek, F. (2016). Türkiye'deki Yönetici Hemşirelerin Liderlik Tarzları: Literatür İnceleme. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 3(2), 110-117.
- Yılmaz, S. ve Görecek, P. (2019). Örgütsel Çatışma Yönetimi ve Stratejileri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(42), 2768-2779.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu

Tarih: 05.01.2021

No: E-15916306-604.01.01

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



Psikolojik Faktörlerin Tüketicilerin Çevrimiçi Alışveriş Davranışları Üzerindeki Etkilerini İnceleyen Bir Araştırma*

A Study Examining the Effects of Psychological Factors on Consumers' Online Shopping Behaviors

Bilim Uzmanı İrem Deniz DOĞULU¹, Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN²

Öz

Tüketiciler, mağaza veya çevrimiçi alışveriş yoluyla ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamaktadır. İnternetin etkisiyle istek ve ihtiyaçları değişen tüketiciler, alışveriş yaptıkları ortama göre farklı ve değişken duygulara sahip olabilmektedir. Bazı tüketiciler mağazadan alışveriş yaptığında kendilerini daha mutlu hissedebileceği gibi, bazı tüketiciler ise çevrimiçi alışveriş esnasında kendilerini daha mutlu hissedebilmektedir. Pozitif duygulardan biri olan mutluluk, tüketicilerin alışveriş ortamını seçmesinde belirleyici bir unsur olabilmektedir. Çalışmanın temel amacı, çevrimiçi ve mağaza alışverişinden hangisinin tüketiciyi daha fazla mutlu ettiğini belirlemektir. Aynı zamanda, tüketicilerin kişiliklerinin yaşam memnuniyetine; yaşam memnuniyetlerinin öznel iyi oluşlarına ve mutluluklarına; alışverişten iyi oluşlarının yaşam memnuniyetlerine ve mutluluklarına etkisinin saptanması amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek amacıyla, Mersin ilinde yaşayan 400 tüketici ile çevrimiçi anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilere bağımsız örneklem t-testi ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Tüketicilerin pozitif kişilik özelliklerinin, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, yaşam memnuniyetlerini ve mutluluklarını pozitif yönde etkilediği, yaşam memnuniyetlerinin de öznel iyi oluşlarını ve mutluluklarını pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öznel iyi oluş, alışverişten iyi oluş, yaşam memnuniyeti, kişilik, mutluluk

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Consumers satisfy their wants and needs through in-store or online shopping. Consumers needs and wants change with the effect of the Internet, may have different and variable emotions depending on the environment in which they shop. While some consumers may feel happier when they shop at the store, some consumers may feel happier during online shopping. Happiness, which is one of the positive emotions, can be a determining factor in choosing the shopping environment of consumers. The main purpose of this study is to determine which of the online or in-store shopping makes the consumer happier. At the same time, it is aimed to determine to the effect of the life satisfaction of consumers' personalities; the effect of subjective well-being and happiness of their life satisfaction. Furthermore, it is aimed to determine the effect of shopping well-being on their life satisfaction and happiness. In order to achieve this aim, an online survey method used with 400 consumers living in Mersin. Independent sample t-test and regression analyzes were applied to the obtained data. It was concluded that positive personality traits positively affect the life satisfaction of consumers who shop online. It has been determined that the well-being of consumers who shop online affects their life satisfaction and happiness positively, and their life satisfaction positively affects their subjective well-being and happiness.

* Bu çalışma, Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN danışmanlığında Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda İrem Deniz DOĞULU tarafından hazırlanan "Tüketicilerin Mağazalı ve Çevrimiçi Alışveriş Davranışlarını Etkileyen Faktörleri İnceleyen Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹deniz-dogulu@hotmail.com

²Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, asahin@mersin.edu.tr

Atf için (to cite): Doğulu, İ. R. ve Şahin, A. (2024). Psikolojik faktörlerin tüketicilerin çevrimiçi alışveriş davranışları üzerindeki etkilerini inceleyen bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 226-245.

Keywords: Subjective well-being, shopping well-being, life satisfaction, personality, happiness

Paper Type: Research

Giriş

Psikanaliz, filozof ve sosyolog Erich Fromm, modern insanın mutluluğunu bireylerin vitrinlere bakıp gücünün yettiği ürünleri peşin veya taksitle satın almak olarak tanımlamıştır (Erich Fromm, Aktaran; Telli, 2010, s. 88). Tüketicilerin mutluluğunun ürünlerin mağazalardan satın alınmasından kaynaklı olduğunu belirten Erich Fromm, Jeff Bezos'un çevrimiçi olarak kitap satmaya başladığı zamanlarda yaşasaydı daha farklı bir tanımla karşımıza çıkabilirdi. Çünkü perakendecilik, ürün veya hizmetlerin fiziki mağazalarda satılmasını ifade eden klasik tanımlarından sıyrılarak 1994 yılı itibariyle elektronik ortamlara taşındı. Böylelikle, değişen normlar ile birlikte, 'Çevrimiçi dünyada internet bağlantısı otomobilin yerini aldı, elektronik cüzdan deri cüzdanın yerini aldı ve elektronik sayfa basılı kataloğun yerini aldı...' (Fiore, 1997, s. 1). Aradan geçen zaman içerisinde Erich Fromm' un düşüncesiyle aynı doğrultuda araştırma şirketi ROKT tarafından bir rapor yayınlanmıştır. Araştırma kapsamında bireylerin alışveriş yaptıkları esnada yaşadıkları duyguları tespit etmek amacıyla 18 yaş üzeri İngiliz, Amerikalı, Alman ve Avusturyalı bireylerle Mayıs 2018'de çevrimiçi olarak 'The Happiest Place in Digital Marketing' araştırması yapılmıştır. Araştırma sonucunda, bireylerin %74'ünün satın alma işleminde kendilerini en mutlu yer hissettiren yerin çevrimiçi ortam olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır (Rokt, 2018).

Pazarlama alanında tüketim kelimesinden doğan tüketicinin davranışlarını anlamak, önemli konuların başında gelmektedir. Çünkü tüketicilerin davranışları, içinde bulunduğu pek çok faktöre göre değişkenlik gösteren karmaşık bir yapıyı temsil etmektedir. Tüketicilerin talebini karşılamak ve tatminini sağlamak amacıyla iyi bir fiyat sunulup değer gösterilmesi bazen yeterli olmamaktadır. Çünkü, yeni müşteriler açıklanması zor ve fiziksel olmayan nedenler ile kendilerini iyi hissetmek, kendilerini ödüllendirmek ve psikolojik gereksinimlerini sağlamak amacıyla da satın alımlarını gerçekleştirmektedir (Pooler, 2003, s.1). Peki tüketiciler neden çevrimiçi alışverişe yönelmektedir? Tüketicilerin çevrimiçi alışverişini tercih etmesinin ardında duygularının etkisi mi yer almaktadır? Bu bağlamda, tüketicilerin alışveriş esnasında yaşadıkları pozitif veya negatif duygular satın alma kararlarının belirleyicisi midir?

Çalışma kapsamında tüketicilerin hangi alışveriş ortamını (çevrimiçi veya mağaza alışveriş) seçerek elde ettiği mutluluk seviyesinin farklılaşabilmesi, araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Çevrimiçi alışverişini tercih eden tüketicilerin yaşam memnuniyetleri, alışverişten iyi oluşları, öznel iyi oluşları ve kişilikleri ilgili yeniliklere açıklık ve dışadönüklük boyutları saptanmaya çalışılmıştır. Bu amaca uygun olarak öncelikle literatür incelenmiş ve ardından yaşam memnuniyeti, öznel iyi oluş, alışverişten iyi oluş ve kişilik ile ilgili teorik alt yapı açıklanıp pazarlama alanı ile ilişkilerine yer verilmiştir. Çalışmanın uygulama bölümünde ise, teorik alt yapı ile ilişkilendirilen bir araştırma modeline göre geliştirilen hipotezler test edilerek, bulgular değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde, işletmelere ve gelecekte yapılan çalışmalara ilişkin önerilere yer verilmiştir.

1. Çevrimiçi Alışveriş

Perakendecilik, temel olarak mağaza tabanlı perakendecilik, mağaza tabanlı olmayan perakendecilik ve hizmet perakendeciliği olarak üç gruba ayrılmaktadır (Wautelet, 2018, s. 67). Çevrimiçi alışveriş kavramı, mağaza tabanlı olmayan perakendecilik grubunda Web/E-ticaret kısmında yer almaktadır. Bireysel tüketicilere ürün veya hizmet satışı içerdiği için e-ticaret kategorilerinden işletmeler ile tüketiciler arasında e-ticareti (B2C) yansıtan çevrimiçi alışveriş ya da elektronik perakende, perakendeciliğin internet üzerinden yapılmasını ifade etmektedir (Turban, King, Viehland ve Lee, 2006, s. 83-84). Böylece çevrimiçi alışverişin ana amacı, internet üzerinden tüketicilere ürün veya hizmet satılmasıdır.

İnternet ortamında perakendeciler; sanal ortamda perakendeciler, iki kanallı perakendeciler ve çok kanallı perakendeciler olmak üzere üç ana başlıkta sınıflandırılmaktadır (Gilbert, 2003, s. 354). Sanal perakendeciler, fiziksel olarak herhangi bir mağazası olmayan satışlarını yalnızca internet üzerinde gerçekleştiren perakendecilerdir (Turban ve diğerleri, 2006, s. 90). İki kanallı perakendeciler (Two-channel retailers), temelinde fiziksel mağazalara sahip olup aynı zamanda çevrimiçi mağazaya sahip olan perakendecilerdir (Miller, 2004, s. 8). Çok kanallı perakendeciler (Multi-channel retailers), ürün veya hizmetlerini mağaza, katalog ve internet gibi birden çok kanal aracılığıyla satan perakendecilerdir (Levy ve Weitz, 2009, s. 72).

Çevrimiçi alışveriş ve mağaza alışverişi kıyaslandığında, bazı özellikler benzerlik göstermektedir. Çevrimiçi alışveriş yoluyla ürünün satın alınma süreci, ürünün mağazadan alınması süreciyle benzer beş adıma sahiptir. Bu adımlar sırasıyla şunlardır: Öncelikle potansiyel tüketiciler, ürün veya hizmet ile ilgili ihtiyacı olduğunu fark etmektedir. Bu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla internette ürün veya hizmet ile ilgili bilgi arayışına girmektedir. Daha sonra tüketici, karşısına çıkan ürün grupları arasından alternatifleri değerlendirmektedir ve kriterler arasından ihtiyacına yönelik olanı seçmektedir. Ürünün seçilmesinin ardından sipariş ve satın alma işlemleri gerçekleşmektedir (Li ve Zhang, 2002, s. 508). Fakat, çevrimiçi alışverişte; internette özel tekliflerin yer alması, vitrin yerine ana sayfa olması, ürüne ait açıklama ve bilgi sayfalarının olmasının yanı sıra mağaza düzeni yerine arama işlevinin olması ve şube sayısı yerine bağlantı sayısının olması gibi özellikler de yer almaktadır. Bu özelliklerle çevrimiçi alışveriş, mağaza alışverişinden ayrılmaktadır (Lohse ve Spiller, 1999).

2. Tüketicilerin Çevrimiçi Alışveriş Davranışlarını Etkileyen Psikolojik Değişkenler

Çalışma kapsamında tüketicilerin çevrimiçi alışveriş davranışlarını yönlendiren psikolojik faktörler olarak öznel iyi oluş, alışverişten iyi oluş, yaşam memnuniyeti, kişilik ve mutluluk değişkenleri ele alınmıştır. Bu değişkenler, sırasıyla tek tek incelenmiştir.

2.1. Öznel İyi Oluş

İyi oluş, bir bireyin veya bir grubun içinde bulunduğu durumu psikolojik, sosyal, ruhsal ya da sağlık gibi farklı disiplinlerle açıklayan genel bir kavramdır (Sfeatcu, Cernuşcă-Mițariu M., Ionescu, Roman, Cernuşcă-Mițariu S., Coldea, Bota, Burcea, 2014, s. 125). İyi oluşun farklı disiplinler aracılığıyla açıklanması, iyi oluşun birden çok tanıma sahip olmasını ve onu ölçmek için kullanılan ölçeklerin sayısının da birden fazla olmasını sağlamıştır (Lee ve Ahn, 2016, s. 19). Böylelikle iyi oluşun; fiziksel iyi oluş, ekonomik iyi oluş, sosyal iyi oluş, psikolojik iyi oluş, öznel iyi oluş (www.cdc.gov/), tüketici iyi oluşu (Lee ve Ahn, 2016), alışverişten iyi oluş (Nghia, Olsen ve Trang, 2021) gibi farklı çeşitleriyle de karşılaşılmaktadır.

Öznel iyi oluş, bireylerin yaşamıyla ilgili nasıl hissettiği ve nasıl düşündüğü ile ilgili olarak geniş bir kategori halinde birden çok kavram içermesinden dolayı şemsiye terimi olarak adlandırılmıştır (Diener ve Scollon, 2003, s. 4). Öznel iyi oluş, bireylerin kendi hayatlarıyla ilgili değerlendirmelerinin yansıması sonucunda oluşan ruh halleri ve duyguları olarak tanımlanan olumlu ve olumsuz duygusal tepkileri, bireylerin bilişsel değerlendirmeleri olarak tanımlanan yaşam memnuniyetini ve bireyin iş, aile, boş zaman, sağlık, finans gibi alan memnuniyetlerini içermektedir (Diener, Sulh, Lucas ve Smith, 1999, s. 277).

Öznel iyi oluşu oluşturan tek bir bileşenden söz etmek mümkün değildir. Öznel iyi oluşu belirleyen faktörler, genel olarak 6 kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; kişilik faktörleri, bağlamsal ve durumsal faktörler (sağlık ve medeni durum), demografik faktörler (cinsiyet ve yaş), kurumsal faktörler (özgürlük ve demokrasi biçimleri), çevresel faktörler (küresel ısınmaya bağlı iklim değişikliği ve su sorunları) ve ekonomik faktörler (işsizlik, enflasyon) dir (Van Hoorn, 2007).

2.2. Alışverişten İyi Oluş

Alışverişten iyi oluş, pazarlama literatüründe son yıllarda sık kullanılmaya başlanan bir kavramdır. Kavram ilk olarak, El Hedhli, Chebat ve Sirgy tarafından 2013 yılında yayınlanan "Shopping Well-Being At The Mall: Construct, Antecedents, And Consequences" adlı makale ile ortaya çıkmıştır (Ali, Mishra ve Javed, 2021). Alışverişten iyi oluş; alışverişin zaman, para ve çaba gibi olumsuz algıları neticesinde tüketicilerde oluşan şikayetler yerine alışverişin olumlu yanlarına odaklanmaktadır (Ekici, Sirgy, Lee, Yu ve Bosnjak, 2018, s. 335). Kısaca, alışverişten iyi oluş kavramı, "tüketicilerin genel yaşam memnuniyetine nasıl katkı sağladığı" ile ilgilidir. Bu kavram, alışverişten memnuniyet duyulması ile aynı anlamı taşımamakta, kişinin birden çok alışveriş deneyimlerinin sonucunda kişinin genel iyi oluş duygusuna odaklanmaktadır (El Hedhli, Chebat ve Sirgy, 2013, s. 857).

Alan yazın incelendiğinde, alışverişten iyi oluş ile ilgili sınırlı sayıda çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Alışverişten iyi oluş kavramını ele alan çalışmalar incelendiğinde, alışverişten iyi oluşu etkileyen faktörlerin bulunduğu saptanmıştır. Bu faktörler genel olarak a) durumsal, b) sosyal ve kültürel ve c) kişisel olmak üzere genel olarak üç başlık altında toplanmaktadır. Perakendecinin kontrolünde olan durumsal faktörler, mağaza düzenini, mağazaya gelen müşterilere satış danışmanı tarafından rehberlik edilmesini, mağazada arka plan sesini, mağazanın kokusu gibi mağaza atmosferlerini ve mağazanın kalabalık olup olmamasını içermektedir. Kişisel faktörler, tüketicinin tutumunu, tüketicilerin aradıkları ürünü çok fazla zaman kaybetmeden bulabilmesini (alışverişin etkinliği) ve buna bağlı olarak tüketicilerin alışveriş esnasında zaman baskısını hissedip hissetmemesini kapsamaktadır. Son olarak sosyal ve kültürel faktörlerde, alışveriş ve duygularla ilgili sosyal ve kültürler arası farklılıklar yer almaktadır (Lee, Yu, Sirgy, Ekici, Gurel-Atay ve Bahn, 2014, s. 31-32).

2.3. Yaşam Memnuniyeti

Yaşam memnuniyeti kavramının birden çok tanımı bulunmaktadır. Çünkü bireylerin farklı beklentileri ve ihtiyaçları kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Böylece kavramın tanımlanması ve kapsamının belirlenmesi kolay olmamaktadır. En geniş haliyle, yaşam memnuniyeti kişisel veya çevresel etkiler neticesinde alışverişten duyulan memnuniyet, aile ilişkileri (Sirgy, Lee ve Krismann, 2016, s. 340), iş hayatına, alışverişe, manevi hayata, finansal durumuna, boş zamanını değerlendirme süresi gibi çeşitli yaşam alanlarında oluşan memnuniyetleri kapsayan iyi oluş veya genel memnuniyettir (Meadow ve Sirgy, 2008, s. 65).

Yaşam memnuniyeti ile ilgili yapılan çalışmalarda bireylerin ürün veya hizmetlere sahip olması, yaşam kalitesini gösteren unsurlar olduğu düşünülmektedir. Ürünlerin satın alınması veya markalı ürünlerin tercih edilmesi, genel olarak bireylerin yaşam memnuniyetini etkilemektedir (Bhardwaj, Park ve Kim, 2011, s. 107). Böylelikle yaşam memnuniyeti, sadece psikoloji ve iktisat alanları içerisinde araştırılan ve yorumlanan bir kavram değildir. Pazarlama alanı içerisinde bu kavramın yer aldığı çalışmalar saptanmıştır. Bu çalışmalarda yaşam memnuniyeti ile aşağıda yer alan temel değişkenler incelenmiştir. Yaşam memnuniyetinin; marka bilinci, marka sadakati, algılanan değer ve duygusal değere (Bhardwaj, Park ve Kim, 2011), nostaljik reklam, satın alma niyeti, bir markaya karşı duygusal tepki ve reklama yönelik tutuma (Ju, Jun, Dodoo ve Morris, 2015) ve marka bilincine (Abbas, Abrar, Saleem ve Iqbal, 2016) etkisi incelenmiştir. Aynı zamanda, nostalji eğilimleri (kişisel nostalji, hatıra duyumsama, geçmiş özlemi, canlandırılmış nostalji, kaçış) ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişki (Yetim, Hastürk ve Argan, 2020) gibi literatürde pazarlama ile yaşam memnuniyetinin bir arada kullanılıp araştırıldığı pek çok çalışma bulunmaktadır.

Yaşam memnuniyeti ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, yaşam memnuniyeti ile ilgili birçok çalışma yapıldığı ve yaşam memnuniyetine etki eden unsurların farklılaştığı görülmektedir. Genel olarak yaşam memnuniyetini etkileyen faktörlerin dört gruba ayrıldığı söylenebilmektedir. Bunlar; yaş ve sosyo-ekonomik durum gibi değişkenleri kapsayan demografik faktörler, kişilik ve benlik saygısı gibi değişkenleri içeren içsel faktörler, yaşam

olayları, kültür ve yer değiştirme gibi değişkenleri kapsayan çevresel faktörler, ebeveyn ilişkileri ve sosyal destek gibi değişkenleri kapsayan kişiler arası ilişkileri inceleyen değişkenlerdir (Chen, Zhang, Pan, Hu, Liu ve Luo, 2017, s. 98).

2.4. Kişilik

Geçmişten günümüze kadar çoğu düşünür ve psikolog, kişiliğin ne olduğu veya ne anlama geldiği konusunu araştırmıştır. Fakat, kişilik her zaman aynı şekilde ifade edilmemiş ve dünya çapında kabul edilen tek tip bir tanıma sahip olmamıştır (Mischel, 1971, s. 1). Çünkü kişilik, popüler bir kavram olarak görülüp açıklanacağı gibi matematiksel olarak formül yoluyla hesaplanan bir kavram olarak da görülmektedir (Hergenhahn ve Olson, 2003, s. 1).

Kişiliği tek bir tanıma sığdırıp açıklığa kavuşturmak çok zor olmaktadır (Ewen, 1993, s. 3). Fakat yine de yapılan farklı tanımlamalar göz önüne alındığında kişiliğin aşağıdaki özelliklere sahip olduğu söylenebilmektedir (Peterson, 1992, s. 6-7);

- Genellikle bir kişinin sahip olduğu, yaptığı ya da belirli bir kişiye bağlı olduğunu gösterdiği kişiye ait olan özellikleri,
- Kişinin davranışlarını, düşüncelerini, duygularını ifade ettiğinden psikolojik bir boyutunun olduğu,
- Bireyin psikolojik olarak her yönü kişilik olarak adlandırılmadığı için bireyin genel özelliklerini kapsadığı,
- Bireyin kalıcı bir özelliği ile ilgili olduğu,
- Bireyin kendisiyle ya da bireyin diğer yönleriyle bütünleştiği bir özelliği olduğu,
- Bireyin özelliklerini diğer bireylerin özelliklerinden ayırdığı karakteristik özelliği olduğu,
- Bireyin yaşamda mutlu, üzgün veya başarılı ya da başarısız olduğu ile ilgili olarak nasıl hayatta kaldığını açıklamak üzere işlevsel ya da işlevsel olmayan özelliği ile ilgilidir.

Kişilik farklı yazarlar tarafından tanımlanırken, bu kavramı etkileyen değişkenleri de inceleyen teoriler geliştirilmiştir (Hergenhahn ve Olson, 2003, s. 1). Kişilik etrafında gelişen iki teori bulunmaktadır. Bunlar: Nedensel teoriler ve tanımlayıcı teorilerdir. Nedensel teorilerde kişilik; biyolojik faktörler, bilişsel faktörler ve çevresel faktörlerden etkilenmektedir. Bu etkileşim sonucunda ise, biyolojik, psikodinamik, fenomenolojik, sosyal öğrenme ve davranışçılık teorileri oluşmaktadır. Tanımlayıcı teorilerde ise, Beş Büyük Kişilik Modeli yer almaktadır (Phares ve Chaplin, 1997, s. 17). Bu çalışma kapsamında, Beş Büyük Kişilik Modeli incelenmiştir.

Beş Büyük Kişilik Modeli, tanımlayıcı (özellik veya treyt) teoriler içerisinde yer alan teorilerden biridir (Phares ve Chaplin, 1997). Treyt teorisinin gelişiminin altında yatan etken, bireylerde kaç tane özellik olduğu sorusudur (Friedman ve Schustack, 1999, s. 250). Treyt ya da özellik, bireylerin kişilik boyutunu, belirli bir özelliğe göre sınıflandırır (Burger, 2011, s. 150). Beş Faktör Modelinde kişiliği etkileyen 5 temel boyut bulunmaktadır. Araştırmacılar tarafından bazen farklı isimlerle adlandırılrsa da bu boyutlar genel olarak; Nevrotiklik (Neuroticism), Dışadönüklük (Extraversion), Deneyime/Yeniliklere Açıklık (Openness), Uyumluluk (Agreeableness) ve Özdenetim/Sorumluluk (Conscientiousness)tur (Burger, 2011, s. 159).

Dışadönük bireyler; konuşkan, coşkulu, sıcakkanlı, sosyal, dış dünyaya açık, risk alabilen, sempatik, enerjik, girişken, heyecanlı ve baskın olma eğilimindedir (Friedman ve Schustack, 1999, s. 261; McCrae ve John, 1992, s. 178; Doğan, 2013, s. 57). Uyumlu insanlar; arkadaş canlısı, sıcakkanlı, güvenilir ve işbirlikçidir. Sorumluluk sahibi insanlar genellikle; temkinli, güvenilir, düzenlidir. Duygusal olarak dengesiz olan bireyler; çok sinirli, can sıkıcı ve gergindir. Deneyime açık bireyler genel olarak yaratıcı, sanatçı ruhlu, esprili ve özgündür (Friedman ve Schustack, 1999, s. 261).

2.5. Mutluluk

Mutluluk, Helenistik dönemden günümüze kadar farklı dönemlerde çeşitli anlamlara bürünmüştür. Bu kavramın basit ve kalıcı bir şekilde tek tip bir tanımı olmamasından dolayı, mutluluk düşüncesi de kişiye göre değişmektedir (Lenoir, 2018, s. 22). Mutluluk ile ilgili yapılan tanımlara bakıldığında;

Mutluluk, "Tanımlandığında sihri kaybeden bir kavram. Yaşarken anlaşılmayan, kaybedildiğinde değeri anlaşılan ve herkesin ulaşmak için çabaladığı bir duygu... Esasında mutluluk bir seçimdir, bir yaşam felsefesidir" (Akduman, 2019, s. 18).

Mutluluk, "İnsanı bir duyguyu barındırarak belirli bir bütünlük içinde ve belirli bir zaman zarfını kapsayan bir duygulanımdır" (Lenoir, 2018, s. 23-24) olarak tanımlanmıştır.

Pozitif psikoloji alanında çalışan psikologlar, bireylerin iyi ve anlamlı olan bir hayat içerisinde mutlu yaşamak için çaba sarf ettiği inancını taşımaktadır. Böylece hayat; aile, iş ve toplum gibi birden fazla parçadan oluştuğundan pozitif psikoloji farklı konularla (Donaldson, Dollwet & Rao, 2015, s. 185) ve felsefe, din, iktisat, işletme gibi birçok farklı disiplinle ilişki kurulan bir alan haline gelmiştir.

Mutluluk kavramını inceleyen çalışmalar incelendiğinde; hayattan zevk alma (Akgül, 2004), deneyimsel ve maddi satın alımlar (Nicolao, Irwin ve Goodman, 2009), duygusal zeka (Tingaz ve Hazar, 2014), turizm (Demirbulat ve Avcıkurt, 2015), iyimserlik ve yaşam memnuniyeti (Sürücü, 2016), alçakgönüllülük (Aksoy, Aytar ve Kaytez, 2017), iletişim becerileri (Kırık ve Sönmez, 2017), marka sadakati ve dürtüsel satın alma (Šeinauskienė, Mašcinskienė ve Jucaitytė, 2015), akademik başarı (Yıldırım ve Turaç, 2020), cinsiyet, medeni durum, yaş, çocuk sahibi olup olmama ve algılanan ekonomik durum değişkenlerinden oluşan sosyo-ekonomik faktörler (Yazıcı Çelebi ve Çelebi, 2020) gibi pek çok farklı değişken ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır.

Tüketicilerin duygu durumları, işletme için önemlilik arz ettiğinden pazarlama alanında mutluluk, önemli bir paya sahiptir. Çünkü duygular, tüketicilerin alışveriş davranışlarını etkileyebilmektedir. Tüketiciler, mutlu olduğunda daha fazla ürün satın almaya eğilimli ve sadık müşteri olup daha fazla harcama yapmaya isteklidir (Leslie, Aaker ve Schiffrin, 2012).

Temkin Group tarafından 2016 yılında yapılan araştırmada 20 sektör ve 10.000 müşteri ele alınmıştır. Belirli bir markaya karşı olumlu duygular yaşayan tüketicilerin işletmeden daha fazla satın alma olasılığı 7,1 kat, işletmeye güvenme 8,4 kat, işletmeyi tavsiye etme 15,1 kat, yeni ürün ve hizmetleri deneme 7,8 ve bir hatadan sonra affetme olasılığının ise 6,6 kat daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Temkin Group, 2016). Nielsen tarafından 2016 yılında yapılan araştırmada nöro pazarlama tekniklerinden EEG vasıtasıyla hızlı tüketim endüstrisindeki 25 markanın 100 reklamı incelenmiştir. Ortalama reklamlara kıyasla tüketicilerin ortalamanın üzerinde duygusal tepki verdiği reklamların satışları %23 arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Brandt, 2016).

Pazarlama ile mutluluk, birbirleriyle yakından ilişkili iki kavramı temsil etmektedir. Pazarlamanın temelinde, ürünün planlanıp ortaya çıkması, ürünün maliyetini hesaba katarak doğru fiyatlandırılması, ürünün doğru zamanda tüketiciye ulaştırılması ve ürünün doğru hedef kitleye tanıtılması yer almaktadır. Tüm bunlar ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma bileşenlerinden oluşan pazarlamanın 4P'sini ifade etmektedir. Tüketici ile yakından ilişki içerisinde olan mutluluk ise, 6 pazarlama uyarıcısı ile etkileşim içerisindedir. Müşteri hizmetleri çok iyi olduğunda, ürün kalitesi yüksek olduğunda, ürün fiyatının daha düşük veya uygun ölçüde olduğunda, hediyeler, fırsatlar ve özel teklifler sunulduğunda, satışlar ve indirimler olduğunda tüketiciler mutlu olmaktadır. Tüm bu uyarıcılar, pazarlama karması ile yakından ilişkili olup tüketicilerin mutluluk düzeylerini etkilemektedir (Hanson Dionne ve Arjoon, 2010; Aktaran; Pipoli, 2016, s. 616).

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yapılan çalışma, alışveriş davranışlarından (çevrimiçi ve mağaza alışverişlerinden) hangisinin tüketiciyi daha fazla mutlu ettiğini belirlemeye yöneliktir. Aynı zamanda, tüketicilerin kişiliklerinin yaşam memnuniyetine; yaşam memnuniyetlerinin öznel iyi oluşlarına ve mutluluklarına; alışverişten iyi oluşlarının yaşam memnuniyetlerine ve mutluluklarına etkisinin saptanması amaçlanmıştır.

İşletme alan yazınında lisansüstü tez çalışmasında mutluluk konusunu inceleyen sınırlı sayıda araştırmaya rastlanılmaktadır. Gültekin ve Turhan (2021) tarafından yapılan çalışmaya göre, 1992-2020 yılları arasında mutlulukla ilgili 251 lisansüstü tez çalışmasının sadece 13 tanesi işletme alanında yazılmıştır. Mutluluk konusuna bu kadar az yer verilmiş olması, öncelikle araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Alan yazın incelendiğinde öznel iyi oluşun iki ölçek yoluyla elde edilmesinde Yaşam Memnuniyeti Ölçeği ve Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği'nden sıkça yararlanıldığı görülmektedir. Kardaş ve Yalçın (2019)' a göre 2000-2015 yılları arasında iyi oluş ölçeği amacıyla Yaşam Memnuniyeti Ölçeği'ni kullanan 112 çalışma, Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği'ni kullanan 4 çalışma ve öznel iyi oluş ölçeği amacıyla her iki ölçeği de kullanan 32 çalışma bulunmaktadır. Öznel iyi oluş ölçeği amacıyla Yaşam Memnuniyeti Ölçeği ile Olumlu ve Olumsuz Yaşam Yaşantı Ölçeği'nin bir arada kullanımının daha az sıklıkla karşılaşıldığından dolayı araştırma bulgularının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Literatürde alışveriş kaynaklı memnuniyet ya da memnuniyetsizlikle ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. Fakat alışveriş ve iyi oluş ile ilgili çalışma sayısı sınırlı olduğu için alışverişin genel olarak iyi oluşu nasıl etkilediğine dair boşluk bulunmaktadır (Harris, 2017, s. 2). Bu yüzden, alışverişten iyi oluş ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, yapılan literatür çalışmasında pazarlama alanında yaşam memnuniyeti, öznel iyi oluş, alışverişten iyi oluş, kişilik ve mutluluk değişkenlerinin bir arada kullanıldığı çalışma sınırlıdır. Bu açıdan bakıldığında, bu çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracağı ve gelecek çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Mağazalı ve çevrimiçi alışveriş davranışlarından hangisinin tüketiciyi daha fazla mutlu ettiğinin incelendiği bu çalışmada, tüketicilerin kişiliklerinin (pozitif kişilik özellikleri) yaşam memnuniyetine; yaşam memnuniyetlerinin öznel iyi oluşlarına ve mutluluklarına; alışverişten iyi oluşlarının yaşam memnuniyetlerine ve mutluluklarına etkisi tespit etmek amaçlanmıştır.

Mersin ilinde yaşayan tüketicilerin mağazalı ve çevrimiçi alışveriş davranışlarını etkileyen faktörleri inceleyen nicel bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

Kolayda örnekleme yönteminden yararlanılarak toplamda 400 kişiden elde edilen verilerle çalışma yürütülmüştür. Araştırmada mutluluğu ölçmek amacıyla, Hills ve Angryle (2002) tarafından oluşturulan Oxford Mutluluk Ölçeği' nin Kısa Formu (OMÖ-K) kullanılmıştır. Ölçek, 8 maddeye ve 6'lı Likert tipi derecelendirmeye ("1" Kesinlikle Katılmıyorum - "6" Kesinlikle Katılıyorum) sahiptir. Yaşam memnuniyetini ölçmek amacıyla, Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen Yaşam Memnuniyeti Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, 5 maddeye ve 7'li Likert tipi bir derecelendirmeye ("1" Kesinlikle Katılmıyorum- "7" Kesinlikle Katılıyorum) sahiptir. Öznel iyi oluş ölçmek amacıyla aşağıdaki formül uygulanmıştır;

$$\text{Öznel İyi Oluş} = (\text{Yaşam Memnuniyeti} + \text{Olumlu Duygu}) - \text{Olumsuz Duygu}$$

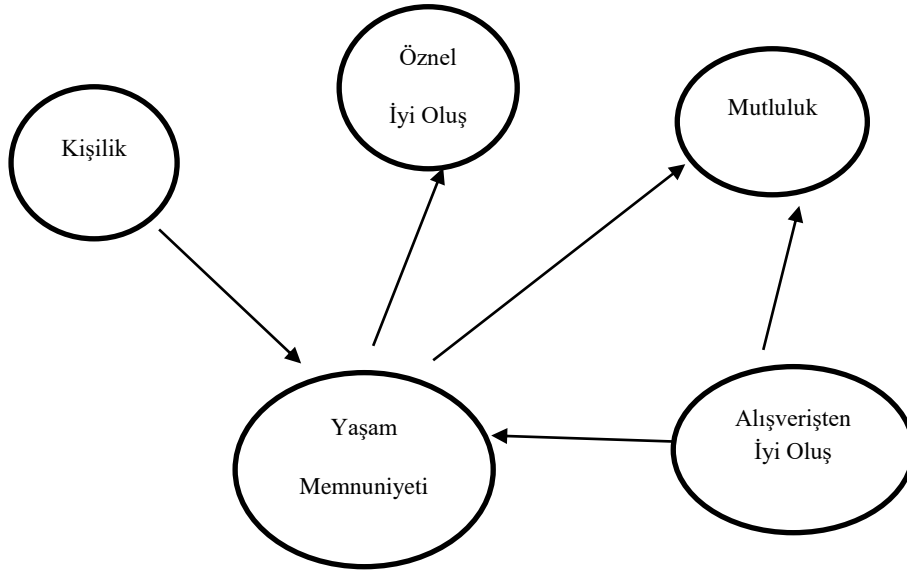
Öznel iyi oluşun yukarıda yer alan formülünün kullanılabilmesi amacıyla Diener, Wirtz, Tov, Kim- Prieto, Choi, Oishi ve Biswas- Diener (2010) tarafından geliştirilen Olumlu ve Olumsuz Yaşam Yaşantı Ölçeği ve Diener, Emmons, Larsen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen Yaşam Memnuniyeti Ölçeği kullanılmıştır. Kişiliği ölçmek amacıyla, Gosling, Rentfrow ve

Swann (2003) tarafından geliştirilen On- Maddeli Kişilik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, 7'li Likert tipi derecelendirmeye sahiptir. Alışverişten iyi oluşu ölçmek amacıyla, Ekici ve diğerleri (2018) tarafından Nicolao, Irwin, Goodman (2009) ve Van Bogen & Gilovich (2003) çalışmalarından uyarılma yapılarak oluşturulan Alışverişten İyi Oluş Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, 8 maddeye ve 7'li Likert tipi derecelendirmeye sahiptir. Fakat bu çalışma kapsamında yapılan ön test sonucunda, sorularının anlaşılabilmesi sorunu göz önüne alınarak 7'li Likert tipindeki ölçekler, 5'li Likert tipi derecelendirmeye ('1' Kesinlikle Katılmıyorum- '5' Kesinlikle Katılıyorum) dönüştürülmüştür.

4.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı kapsamında hazırlanan modeli oluşturan değişkenler Şekil 1'de görüleceği üzere kişilik, yaşam memnuniyeti, öznel iyi oluş, alışverişten iyi oluş ve mutluluk olmak üzere 5 tanedir.

Şekil 1. Araştırma modeli



4.2. Araştırmanın Hipotezleri

Literatürden elde edilen bilgiler ışığında, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin kişiliklerinin yaşam memnuniyetlerine; yaşam memnuniyetlerinin öznel iyi oluşlarına ve mutluluklarına; alışverişten iyi oluşlarının yaşam memnuniyetlerine ve mutluluklarına etkisine ilişkin hipotezler geliştirilmiştir.

Çalışmanın hipotezlerine dayanak oluşturan literatür ve geliştirilen hipotezler aşağıda yer almaktadır:

Finansal ürünlerin karşılaştırılmasını sağlayan bir hizmet olan Money.co.uk tarafından hangi alışverişlerin tüketiciyi daha çok mutlu ettiğini bulmak amacıyla 2560 kişiyle çevrimiçi olarak duygu testi yapılmıştır. Tüketicilere çevrimiçi bir satın almadan önce ve aldıktan sonra 10 farklı duygunun kaydedilip sıralanması istenmiştir. Çalışma sonucunda çevrimiçi olarak ürün sipariş etmek, mutluluğu %56 arttırmıştır (Hiley, 2021). Tüketiciler, mağazadan satın alımını gerçekleştirdiği anda istediklerine hemen o an sahip olmaktadır. Fakat, çevrimiçi alışveriş yapıldığında 'Aynı gün teslim', '24 saatte kargoda', 'Ertesi gün gönderim', veya 'Hızlı teslimat 2 Mart- 9 Mart' denildiğinde tüketiciler ürünlerinin teslim edilmesini sabırla beklemektedirler. Çevrimiçi alışverişte tüketimin hemen gerçekleşmemesinden dolayı tüketiciler, çevrimiçi alışverişten haz almaktadır. Çevrimiçi alışveriş yapıp ürünün gelecekte teslim edilmesinin beklenmesi, ürünün tüketiciler açısından değerini arttırmaktadır. Tüketimin ürünün satın alımından belirli bir süre sonra gerçekleşmesi ise tüketicilerin daha fazla mutlu

olmasını sağlamaktadır (Dunn ve Norton, 2019, s. 127-130). Böylelikle, tüketicilerin çevrimiçi alışverişte mağazalı alışverişe göre daha mutlu olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda H1 hipotezi kurulmuştur.

H1: Çevrimiçi alışveriş, mağazadan yapılan alışverişe kıyasla tüketicileri daha mutlu etmektedir.

Mark ve Ganzach (2014), Ulusal Araştırma Merkezi tarafından çalışma baz alınarak 1997 yılından 2008 yılına kadar 13-17 yaş aralığında olan toplam 8984 bireylerle her yıl görüşülmüştür. Katılımcılar üniversite mezunu olup ortalama 26 yaşında olduğunda 6921 genç yetişkinle Büyük Beşli kişilik özelliklerinin internet kullanımı ile çevrimiçi iletişim, akademik, davranış, eğlence, ekonomik faaliyetler ve boş zaman etkinlikleri (müzik, video, oyun, alışveriş gibi) arasındaki ilişkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda, küresel internet kullanımının nevroitiklik, dışadönüklük ve özdenetim ile pozitif ilişkisi olduğu fakat açıklık ve uyumlulukla bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca boş zaman etkinlikleri ile nevroitiklik, dışa dönüklük ve öz denetim arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Mendonca (2016), 40 kadın ve 23 erkek katılımcı olmak üzere toplam 63 kişiyle Büyük Beşli kişilik özelliklerinin çevrimiçi alışveriş ile ilişkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda, kişilik özellikleri boyutlarından dışadönüklük, deneyime açıklık ve öz denetim/sorumluluk ile tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yönelmesi arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır.

H2: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketiciler, mağaza alışverişini yapan tüketicilere göre daha pozitif kişilik özelliklerine sahiptirler.

Kişilik ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiyi açıklayan Beş Büyük kişilik özelliğinde dışa dönüklük ve nevroitiklik, yaşam memnuniyetinin en güçlü yordayıcılarıdır. Çünkü duygusal deneyimler neticesinde bireyler yaşam memnuniyetlerini kendilerine göre yargılar. Bu yargı sürecinde duygusal deneyimler etkilendiği için kişilik özelliklerinden dışa dönüklük ve nevroitiklik, daha çok etkilenmektedir (Schimmack, Oishi, Furr ve Funder, 2004, s. 1065). Bulut ve Yıldız (2020), üç farklı üniversitede öğrenim gören 18-37 yaş aralığındaki 324 kadın ve 278 erkek olmak üzere toplam 602 üniversite öğrencisiyle Beş Faktör Kişilik özellikleri ile yaşam memnuniyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma kapsamında, yaşam memnuniyeti ile dışadönüklük, uyumluluk ve sorumluluğun pozitif yönde ilişkili olduğunu fakat, yaşam memnuniyetinin deneyime açıklıkla anlamlı bir ilişkisi olmadığını saptamıştır. Bu doğrultuda H3 hipotezi oluşturulmuştur.

H3: Pozitif kişilik özellikleri, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Alışverişten iyi oluş, ‘‘tüketicilerin genel yaşam memnuniyetine nasıl katkı sağladığı’’ ile ilgili bir kavramdır (El Hedhli ve diğerleri, 2013, s. 857). Çevrimiçi alışverişte, tüketicilerin seçeneklerinin olmasından dolayı alışveriş ile ilgili daha fazla bilgi sahibi olması ve tekli kanala göre daha kolay görülmesi gibi nedenlerle tüketicilerin yaşam memnuniyeti artmaktadır (Harris, 2017). Ekici, Sirgy, Lee, Yu ve Bosnjak (2018), 525 erkek ve 510 olmak üzere toplam 1035 kişiyle alışverişten iyi oluşunun yaşam memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çalışma yapılmıştır. Çalışmada tüketicilerin alışverişten iyi oluşunun yaşam memnuniyeti üzerinde 0.116 oranında doğrudan, olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda oluşturulan H4 hipotezi aşağıda yer almaktadır.

H4: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşları, yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Çevrimiçi alışveriş, tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarını etkileyen tüketim davranışlarından. Tüketiciler alışverişlerini, yalnızca sadece tek kanal ortamından (mağazalı perakendeci) gerçekleştirilmeyip; mobil cihaz ve internet gibi farklı iki veya daha fazla kanal aracılığıyla gerçekleştirebilmektedir (Harris, 2017). Cep telefonu gibi dokunmatik ekran ara yüzlerinin erişimi ve kolaylığı sayesinde, tüketicilerin mutlulukları ve iyi oluşları olumlu

etkilenmektedir. Fiziksel engel ve finansal durum nedeniyle sosyal ve toplumsal açıdan dışlanan bireyler, mobil cihazları kullanıp alışverişin iyi oluş ve mutluluk faydalarından yararlanmaktadır (Dennis, Alamanos, Papagiannidis ve Bourlakis, 2015). Bu nedenle çevrimiçi alışveriş, tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarını etkileyen bir alışveriş davranışıdır.

Alışverişten iyi oluş, birden çok alışveriş deneyimi sonucunda oluşan genel iyi oluş ile ilgili bir kavramı ifade ettiğinden tüketicinin alışveriş deneyiminden memnun olmaması, mutsuz olmasına neden olmaktadır. Mutlu olmayan tüketiciler ise alışveriş yapmaktan kaçınmaktadır (El Hedhli, Zourring ve Chebat, 2016, s.2). Böylelikle, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşları olumlu ise, tüketicilerin mutlu olduğu bilgisine ulaşılabilmektedir. Bu doğrultuda H5 hipotezi oluşturulmuştur.

H5: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşları, mutluluklarını olumlu yönde etkilemektedir.

Çevrimiçi alışveriş, tüketicilerin öznel iyi oluşlarını güçlü ve olumlu etkileyen bir faktördür (Sabatini, 2011). Tüketicilerin; internet sayesinde bilgi sahibi olması, üreticilerle etkileşim içinde olması, zamandan tasarruf etmesi ve yeni tüketimler neticesinde deneyim yaşaması öznel iyi oluşlarını arttırmaktadır (Castellacci ve Tveito, 2018, s.315). Bu doğrultuda, çevrimiçi alışveriş ile öznel iyi oluş arasındaki olumlu ilişkiyi açıklayan (Sabatini, 2011) ilk araştırmada, 2008 yılında İtalya'da Hanehalkı Geliri ve Zenginliği Araştırması kapsamında yer alan 4130 kişiyle çevrimiçi alışverişin öznel iyi oluş üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma kapsamında çevrimiçi alışveriş ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin güçlü ve olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alan yazın incelendiğinde, öznel iyi oluş ile yaşam memnuniyeti arasında ilişki tespit edilmiştir çünkü bireylerin kendi duygularının farklı yaşam alanlarına yayılması, toplam genel memnuniyeti etkilemektedir. Böylece memnuniyet, bireyin yaşam alanlarını etkileyerek öznel iyi oluşlarına da katkıda bulunmaktadır (Sirgy, Lee ve Kressmann, 2006, s.339). Ayrıca literatür incelendiğinde, yaşam memnuniyetinin öznel iyi oluşun bilişsel bileşenini oluşturduğu bulgusu yer almaktadır (Diener, 1984; Diener, Sulh, Lucas ve Smith, 1999; Diener, 2000). Bu doğrultuda H6 hipotezi oluşturulmuştur.

H6: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyeti, öznel iyi oluşlarını olumlu yönde etkilemektedir.

Literatür incelendiğinde internetin ve çevrimiçi alışverişin, tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini olumlu etkilediği görülmüştür. Çünkü, internetten çevrimiçi alışveriş amacıyla faydalanılması, tüketicilerin keyifli ve sorunsuz olarak ürünleri kıyaslayıp fikir edinmesini sağlamanın yanı sıra hedonik ihtiyaçların da karşılanmasını sağlamaktadır. Böylece tüketicilerin yaşam memnuniyeti artmaktadır (Lissitsa ve Chachashvili-Bolotin, 2016, s.203-204).

Yaşam memnuniyetinin mutluluğa etkisini araştıran çalışmalarda, yaşam memnuniyetinin mutluluğa önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Demir ve Murat (2017), Gaziantep Üniversitesi'nde 2016-2017 eğitim öğretim döneminde 213 erkek ve 474 kadın olmak üzere toplam 687 pedagojik formasyon eğitimi alan öğretmen adaylarıyla, yaşam memnuniyeti, mutluluk, yaşamın anlamı ve iyimserlik düzeylerini belirlemek amacıyla çalışma yapılmıştır. Çalışma sonucunda, yaşam memnuniyetinin mutluluğu %38,4 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Argan, Tokay Argan ve Dursun (2018), Eskişehir ilinde yaşayan 18-25, 26-35, 36-45, 46-55 ve 56 yaş ve üzerinde olan 676 erkek ve 554 kadın olmak üzere toplam 1230 kişiyle, yaşam memnuniyeti, iyi oluş, mutluluk ve kişinin boş zaman deneyimlerin elde ettiği memnuniyet derecesi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla çalışma yapılmıştır. Çalışma kapsamında, yaşam memnuniyetinin mutluluğa etkisi de incelenmiş ve yaşam memnuniyetinin mutluluğu 0.46 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda H7 hipotezi kurulmuştur.

H7: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyeti, mutluluklarını olumlu yönde etkilemektedir.

5. Bulgular ve Tartışma

Kurulan hipotezlerin analizine ilişkin tablolar ve yorumlar araştırmanın bu bölümünde ele alınacaktır.

Araştırma kapsamında yapılan analizlerin yorumlamasına geçmeden önce ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliğinin test edilmiştir. Anketi oluşturan ölçekler ayrı ayrı güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. İç tutarlılığı tespit etmek amacıyla kullanılan yöntemlerden biri olan Cronbach's Alpha değeri için analiz yapılmıştır.

Tablo 1. Değişkenlerin Cronbach's Alpha değerleri

Değişken	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha	
Yaşam Memnuniyeti	5	0,890	
Alışverişten İyi Oluş	8	0,900	
Mutluluk	8	0,888	
Öznel iyi Oluş	Olumlu duygular	6	0,905
	Olumsuz duygular	6	0,914
Kişilik	Pozitif kişilik	6	0,621
	Negatif kişilik	4	0,655

On Maddeli Kişilik Envanteri' nin 1. boyutu olan "Pozitif Kişilik Özellikleri" nin Cronbach's Alpha değeri 0,621, 2. Boyutu olan "Negatif Kişilik Özellikleri"nin Cronbach's Alpha değeri 0,655 olarak çıkmıştır. Envanterin 1. boyutunun 'Soğukkanlı ve Duygusal Olarak Dengeli' ifadesi ölçekten çıkarılmıştır. İfade silindiğinde yeni α değeri 0,679'dur. Analizler esnasında bu ifade çıkarılarak analize devam edilmiştir. Cronbach Alpha değerlerinin yer aldığı aralık, oldukça güvenilir uyum aralığındadır. Diğer değişkenler ise, 0,80'den büyük olduğu için yüksek derecede güvenilirirdir.

Tablo 2. Kaiser- Meyer- Olkin ve Barlett's Testi

KMO Test		0,873
Barlett's Test	χ^2	10460,533
	sd	903
	p	0,000

Değişken setinin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin skoru kullanılmıştır. Araştırma kapsamında örneklemin 400 olması, Tablo 3'te görüleceği üzere KMO test değerinin 0,873 olarak hesaplanması ve p değerinin 0,000 < 0,05 olması sebebiyle maddeler arası yeterli bir ilişki söz konusu olmaktadır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 274). Böylelikle istatistiksel açıdan gerekli koşullar sağlanmış ve veri setine faktör analizinin uygulanabileceği saptanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda; alışverişten iyi oluş, kişilik ve olumlu ve olumsuz duygular değişkenleri 2 faktör, yaşam memnuniyeti ve mutluluk değişkenleri tek faktör altında toplanmaktadır.

Araştırma kapsamında, çevrimiçi alışverişin mağaza alışverişine göre daha çok mutlu edip etmediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 3'te görülmektedir. Sonuca göre, t değeri anlamlılık değerinin 0,729 > 0,05 olması sebebiyle istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple H1 hipotezi desteklenmemektedir. Tüketicilerin mutluluğunun çevrimiçi veya mağazalı alışverişe göre farklılık göstermediği saptanmıştır.

Tablo 3. Tüketicilerin mutluluğunun alışveriş davranışına göre farklılığını gösteren t-testi sonuçları

Alışveriş Davranışı	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	sd	p
1 İnternette alışveriş	141	36,6667	8,63272	0,347	398	0,729*
2 Mağaza alışverişi	259	36,3514	8,70868			

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin, mağaza alışverişi yapan tüketicilere göre daha pozitif kişilik özelliklerine sahip olup olmadıklarını belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Tüketicilerin pozitif kişilik özelliğinin alışveriş davranışına göre farklılığını gösteren bağımsız t-testi sonuçları

Alışveriş Davranışı	n	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	t	sd	p
1 İnternette alışveriş	141	20,9112	2,94192	2,360	237,146	0,019
2 Mağaza alışverişi	259	20,0567	3,71055			

İnternette alışveriş yapan tüketicilerin pozitif kişilik özellikleri, mağazadan alışveriş yapan tüketicilere göre daha yüksektir ($p < 0,05$). Bu sebeple H2 hipotezi desteklenmektedir.

Pozitif kişilik özelliklerinin, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan tek değişkenli regresyon analizinin sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır. Sonuca göre pozitif kişilik özellikleri, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini %22,4 oranında olumlu etkilemektedir. Bu sebeple, H3 hipotezi desteklenmektedir.

Tablo 5. Pozitif kişilik özelliklerinin, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerine etkisini gösteren regresyon analizi sonuçları

Model Özeti				
Model	R değeri	R ² değeri	Düzeltilmiş R ² değeri	p
1	0,479 ^a	0,229	0,224	0,019

Bağımlı değişken: Pozitif Kişilik Özellikleri

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, tüketicilerin yaşam memnuniyetini olumlu etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan tek değişkenli regresyon analizinin sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır. Sonuca göre, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışveriş iyi oluşu, yaşam memnuniyetlerini %18 oranında olumlu etkilemektedir. Bu sebeple, H4 hipotezi desteklenmektedir.

Tablo 6. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşunun yaşam memnuniyetleri üzerine etkisini gösteren regresyon analizi sonuçları

Model Özeti				
Model	R değeri	R ² değeri	Düzeltilmiş R ² değeri	p
1	0,431 ^a	0,186	0,180	0,000

Bağımlı değişken: Yaşam Memnuniyeti

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, mutluluklarını olumlu etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan tek değişkenli regresyon analizinin sonuçları Tablo 7'de yer almaktadır. Düzeltilmiş (Uyarlanmış) R² değeri incelendiğinde, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, mutluluklarını %25,2 oranında olumlu etkilediği görülmektedir. Bu nedenle, H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşunun, mutlulukları üzerinde etkisinin regresyon analizi sonuçları

Model Özeti				
Model	R değeri	R ² değeri	Düzeltilmiş R ² değeri	p
1	0,507 ^a	0,257	0,252	0,000

Bağımlı değişken: Mutluluk

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetleri, öznel iyi oluşlarını olumlu etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan tek değişkenli regresyon analizinin sonuçları Tablo 8'de yer almaktadır. Düzeltilmiş R² değerine bakıldığında, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerinin, öznel iyi oluşlarını %51,7 oranında olumlu etkilediği görülmektedir. Bu sebeple, H6 hipotezi desteklenmektedir.

Tablo 8. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerinin, öznel iyi oluşları üzerine etkisini gösteren regresyon analizi sonuçları

Model Özeti				
Model	R değeri	R ² değeri	Düzeltilmiş R ² değeri	p
1	0,722 ^a	0,521	0,517	0,000

Bağımlı değişken: Öznel İyi Oluş

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerinin, mutluluklarını olumlu etkileyip etkilemediğini belirlemek amacıyla yapılan tek değişkenli regresyon analizinin sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır. Düzeltilmiş R² değerine bakıldığında, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerinin, mutluluklarını %35,6 oranında olumlu etkilediği görülmektedir. Bu nedenle, H7 hipotezi desteklenmektedir.

Tablo 9. Araştırma hipotezlerinin genel değerlendirilmesi

Araştırma Hipotezleri	SONUÇ
H1: Çevrimiçi alışveriş, mağazadan yapılan alışverişe kıyasla tüketicileri daha çok mutlu etmektedir.	Desteklenmedi
H2: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketiciler, mağaza alışverişini yapan tüketicilere göre daha pozitif kişilik özelliklerine sahiptirler.	Desteklendi
H3: Pozitif kişilik özellikleri, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H4: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşları, yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H5: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşları, mutluluklarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H6: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyeti, öznel iyi oluşlarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H7: Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyeti, mutluluklarını olumlu yönde etkilemektedir.	Desteklendi

Tablo 9’da görüldüğü gibi, araştırma hipotezlerinden H1 desteklenmemiş; fakat, H2, H3, H4, H5, H6 ve H7 hipotezleri desteklenmiştir. Başka bir ifadeyle, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin mutluluk düzeyleri mağazadan yapılan alışverişten elde ettikleri mutluluktan daha fazla değildir. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin, mağaza alışverişini yapan tüketicilere göre daha pozitif kişilik özelliklerine sahip oldukları ve bu pozitif kişilik özelliklerinin de çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetleri, öznel iyi oluşlarını ve mutluluklarını; ayrıca alışverişten iyi oluşları da yaşam memnuniyetlerini olumlu etkilemektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın temel amacı, tüketicilerin mağazalı ve çevrimiçi alışveriş davranışlarından hangisinin tüketiciyi daha fazla mutlu ettiğini belirlemektir. Çalışma kapsamında ayrıca, tüketicilerin kişiliklerinin yaşam memnuniyetine; yaşam memnuniyetlerinin öznel iyi oluşlarına ve mutluluklarına; alışverişten iyi oluşlarının yaşam memnuniyetlerine ve mutluluklarına etkisi de incelenmiştir.

Çalışmadan elde edilen bulgular, aşağıda yorumlanmıştır:

Çevrimiçi alışverişini tercih eden tüketiciler ile mağaza alışverişini tercih edenler arasında mutluluk düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Her iki alışveriş davranışını tercih eden tüketicilerin mutluluk düzeylerinin benzer olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Literatürde yer alan bir çalışmada tüketicilerin çevrimiçi olarak ürün siparişi etmesi, mutluluklarını %56 arttırdığı saptanmıştır (Hiley, 2021). Ayrıca, tüketicilerin çevrimiçi alışveriş siparişi sonrasında ürünü hemen tüketmeyip, ürün eline ulaşana kadar beklemeleri nedeniyle, ürünün değeri ve tüketicilerin mutlulukları hemen satın alıp tükettikleri ürünlere kıyasla daha fazla olabilmektedir

(Dunn ve Norton, 2019, s. 127-130). Bu çalışmadan elde edilen bulgularda, mağazadan veya internette ürün satın alan tüketiciler arasındaki mutluluk düzeyleri açısından farklılık bulunmamış olması literatür ile örtüşmemektedir. Bu duruma, ülkemizde yaşayan tüketicilerin sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve kültürel özellikleri neden olmuş olabilir.

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin, mağaza alışverişi yapan tüketicilere göre daha fazla pozitif kişilik özelliklerine (dışadönük ve heyecanlı, eleştirici ve tartışmayı seven, güvenilir ve öz disiplinli, yeni deneyimlere açık ve girişken, sempatik ve sıcakkanlı) sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde, internet kullanan bireylerin dışadönüklük kişilik yapısıyla pozitif bir ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, Marl ve Ganzach (2014), küresel internet kullanımının dışadönüklük ile pozitif ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazında ayrıca, Mendonca (2016) tarafından yapılan çalışmada, dışadönüklük kişilik özelliğinin internet üzerinde satın alma ile ilişkili olduğu bulgusu yer almaktadır. Yukarıda ifade edilen sonuçlar, bu çalışma kapsamında elde edilen sonuçla örtüşmektedir. Ayrıca, literatürde dışadönüklük kişilik yapısına sahip bireylerin sosyal ve girişken oldukları, aynı zamanda risk alabilen bireyler olduğu bulgusu yer almaktadır. Pozitif kişilik özelliklerine sahip bireylerin, sosyal yanlarını daha fazla geliştirmek amacıyla birçok çevrimiçi alışveriş sitelerine yöneldiği ve bunu yeni bir tecrübe alanı görüp risk almaktan çekinmedikleri düşünülmektedir. Böylelikle çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin, mağaza alışverişi yapan tüketicilere göre pozitif kişilik özelliklerinin daha yüksek olduğu ifade edilmektedir.

Pozitif kişilik özelliklerinin (dışa dönük ve heyecanlı, eleştirici ve tartışmayı seven, güvenilir ve öz disiplinli, yeni deneyimlere açık ve girişken, sempatik ve sıcakkanlı) çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyeti üzerinde %22,4 oranında olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde Toker ve Kalıpçı (2017) tarafından yapılan çalışmada, dışadönüklüğün yaşam memnuniyetini %43'ünü açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca Bulut ve Yıldız (2020) ise, dışadönüklüğün yaşam memnuniyeti ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Bu doğrultuda, yukarıda ifade edilen sonuçlar ile yapılan çalışma örtüşmektedir. Literatürde, dışa dönük bireylerin, içe dönük bireylerin aksine daha sosyal, konuşkan, girişken ve buldukları ortama kolay adapte olabilen kişiler oldukları bulgusu yer almaktadır. Bu durumda pozitif kişilik özelliklerine sahip bireylerin, yaşamlarını genel olarak daha olumlu olarak yorumladığı ifade edilebilmektedir. Böylelikle, pozitif kişilik özelliklerine sahip tüketicilerin yaşam memnuniyeti düzeylerinin, içe dönük bireylere göre daha yüksek olduğu düşünülmektedir.

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, tüketicilerin yaşam memnuniyeti üzerinde %18 oranında olumlu etkileri olduğu bulgular arasındadır. İlgili alan yazın incelendiğinde, Ekici, Sirgy, Lee, Yu ve Bosnjak (2018) tarafından yapılan çalışmada alışverişten iyi oluşun yaşam memnuniyeti üzerinde %16,6 oranında olumlu bir etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışma ile literatür benzerlik göstermektedir. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, mutluluklarını %25,2 oranında olumlu etkilediği bu çalışmanın bulguları arasındadır. Literatür incelendiğinde, tüketicilerin alışverişten iyi oluşun birden çok alışveriş deneyimleri sonucunda memnuniyet duyması ve memnuniyet duygusunun da mutluluğa dönüştüğü bulgusu yer almaktadır (El Hedhli, Zourring ve Chebat, 2016). Bu doğrultuda, yapılan çalışmadan elde edilen bulgulardan olan çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, mutluluklarına olumlu etki göstermesi ilgili alan yazınla örtüşmektedir.

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetlerinin, öznel iyi oluşlarını %51,7 oranında olumlu etkilediği saptanmıştır. İlgili alan yazın incelendiğinde, yaşam memnuniyeti ile öznel iyi oluş arasında ilişkinin olduğu görülmüştür. Yaşam memnuniyetinin, öznel iyi oluş içerisinde yer aldığı ve aynı zamanda öznel iyi oluşun bilişsel bileşenini oluşturduğu bilgisi yer almaktadır (Diener, 1984; Diener, Sulh, Lucas ve Smith, 1999; Diener, 2000). Böylelikle yaşam memnuniyetinin öznel iyi oluşu etkileyen bir unsur olması, çalışma

kapsamında elde edilen sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin yaşam memnuniyetinin, mutlulukları üzerinde %35,6 oranında olumlu etkilemesi araştırmanın bir diğer sonucunu oluşturmaktadır. Literatür incelendiğinde Demir ve Murat (2017) tarafından yapılan çalışmada, yaşam memnuniyetinin mutluluğu %38,4 oranında açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca Argan, Tokay Argan ve Dursun (2018) ise, yaşam memnuniyetinin mutluluğu %46 oranında etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bu doğrultuda, yukarıda ifade edilen sonuçlar ile çalışmanın sonucu ile örtüşmektedir.

Çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin alışverişten iyi oluşlarının, yaşam memnuniyetlerini ve mutluluklarını etkileyen bir unsur olduğu göz önüne alındığında işletmeler, tüketicilerin birden çok çevrimiçi alışveriş deneyimleri sonucunda elde ettiği iyi oluş düzeylerini arttırıcı çalışmalar yapmalıdır. Bunun için işletmeler, çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin hangi konularda şikâyet ettiklerini araştırmalıdır. Örneğin kendi alışveriş sitelerinde anket uygulayarak tüketicilerin hangi problemlerle karşılaştıklarını (yavaş teslimat, kırık veya hasarlı ürün teslimi, teknik sorun, değişim veya iade problemi, stokta olduğu görülen ürünün satışını yapıp ardından iptal edilmesi vb.) detaylı inceleyip sorunları çözmelidir. Bu problemleri çözebilen işletmelere karşı tüketicilerin güveni ve inandırıcılığı artacak, tüketiciler içinde bulunduğu sosyal gruba internet sitesini önerecek ve böylelikle yeni müşteriler siteyi ziyaret edip alışverişlerini gerçekleştirecektir. Bunun sonucunda ise, tüketicilerin mutluluk düzeyleri artacaktır.

Bilimsel araştırmaların genelinde bulunan sınırlılıklar, bu çalışmada da bulunmaktadır. Bu sınırlılıklar şunlardır: Nicel araştırma yöntemiyle yapılan bu çalışma, Mersin ili kent merkezinde yaşayan 400 katılımcı ile sınırlıdır. Katılımcıların ruh hali gün içinde değişiklik gösterebileceğinden, yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlar, yanıt verdikleri zamandaki duygu, düşünce ve tutumları ile sınırlıdır.

Literatürde, pazarlama alanında alışverişten iyi oluş, yaşam memnuniyeti, öznel iyi oluş, kişilik ve mutluluk değişkenleri ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu çalışma kapsamında, pozitif psikoloji ile ilgili kavramlardan mutluluk, öznel iyi oluş ve yaşam memnuniyeti kavramları ele alınarak çevrimiçi alışveriş üzerinde durulmuştur. Farklı bakış açılarıyla yapılacak çalışmalar, gelecek çalışmalara referans olması bakımından son derece önemlidir. Gelecek çalışmalarda pozitif psikoloji ile ilişkisi olduğu düşünülen başka kavramlar; örneğin özsaygı, iyimserlik, öz yeterlilik değişkenleri kullanılarak, tüketicilerin çevrimiçi alışveriş davranışlarını etkileyen faktörler konusunda çalışmalar yapılabilir. Araştırma Mersin merkezinde gerçekleştiğinden, benzer çalışmaların farklı illerde yapılması ve kıyaslanması da literatüre katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Abbas, T., Abrar, M., Saleem, R., & Iqbal, A. (2016). The relationship of life satisfaction with buying intention and brand behavior for global brand. *European Journal of Business and Management*, 8(31), 97-105.
- Akduman, G. (2019). Mutluluk bir seçimdir. G. Akduman ve Karahan G. (Eds.). Adı: Mutluluk: Farklı disiplinlerden mutluluk kavramına bakış (ss. 13-18). İstanbul: Çınaraltı.
- Aksoy, A. B., Aytar, A. G., ve Kaytez, N. (2017). Üniversite öğrencilerinin mutluluk ve alçakgönüllülük düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(3), 1119-1132.
- Ali, S., Mishra, M., & Javed, H. M. U. (2021). The impact of mall personality and shopping value on shoppers' well-being: moderating role of compulsive shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(8), 1178-1197.

- Argan, M., Argan, M. T., & Dursun, M. T. (2018). Examining relationships among well-being, leisure satisfaction, life satisfaction, and happiness. *International Journal of Medical Research & Health Sciences*, 7(4), 49-59.
- Bhardwaj, V., Park, H., & Kim, Y. K. (2011). The effect of Indian consumers' life satisfaction on brand behavior toward a US global brand. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(2), 105-116.
- Brandt, D. (2016). Report on the measurement of emotions give a lift to advertising.
- Bulut, M. B., & Yıldız, M. (2020). Üniversite öğrencilerinin kişilik özelliklerinin yaşam doyumlarına etkisi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 24(2), 397-412.
- Burger, J. M. (2011). *Personality* (8th edition). USA: Wadsworth.
- Castellacci, F., & Tveito, V. (2018). Internet use and well-being: A survey and a theoretical framework. *Research policy*, 47(1), 308-325.
- Centers for Disease Control and Prevention Well-being concepts. Retrieved October 28, 2020 from <https://www.cdc.gov/hrqol/wellbeing.htm>
- Chen, W., Zhang, D., Pan, Y., Hu, T., Liu, G., & Luo, S. (2017). Perceived social support and self-esteem as mediators of the relationship between parental attachment and life satisfaction among Chinese adolescents. *Personality and Individual Differences*, 108, 98-102.
- Coşkun, R., Altunışık, R., ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Demir, R., & Murat, M. (2017). Öğretmen adaylarının mutluluk, iyimserlik, yaşam anlamı ve yaşam doyumlarının incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 347-378.
- Demirbulat, Ö. G., & Avcıkurt, C. (2015). Turizm ve mutluluk arasındaki ilişki üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(34), 79-97.
- Dennis, C., Alamanos, E., Papagiannidis, S., & Bourlakis, M. (2016). Does social exclusion influence multiple channel use? The interconnections with community, happiness, and well-being. *Journal of Business Research*, 69(3), 1061-1070.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American psychologist*, 55(1), 34-43.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Diener, E., & Scollon, C. (2003, October). Subjective well-being is desirable, but not the summum bonum. article présenté à la conférence University of Minnesota Interdisciplinary Workshop on Well-Being, Minneapolis.
- Diener, E., Lucas, R. E., Oishi, S., Hall, N. (2018). Advances and open questions in the science of subjective well-being. *Collabra: Psychology*, 4(1), 1-15.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological bulletin*, 125(2), 276.
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D. W., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social indicators research*, 97(2), 143-156.

- Doğan, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- Donaldson, S. I., Dollwet, M., & Rao, M. A. (2015). Happiness, excellence, and optimal human functioning revisited: Examining the peer-reviewed literature linked to positive psychology. *The Journal of Positive Psychology*, 10(3), 185-195.
- Dunn, E. ve Norton, M. (2019). *Mutlu para: Daha mutlu harcama yapma bilimi* (T. Güngör, Çev.). Ankara: İmge Kitapevi.
- Ekici, A., Sirgy J., Lee, D. J., Yu, G. B., & Bosnjak, M. (2018). The effects of shopping well-being and shopping ill-being on consumer life satisfaction. *Applied Research Quality Life*, 13(2), 333-353.
- El Hedli K., Chebat J. C., & Sirgy, M. J. (2013). Shopping well-being at the mall: Construct, antecedents, and consequences. *Journal of Business Research*, 66(7), 856-863.
- El Hedli, K., Zourring, H., & Chebat, J. C. (2016). Shopping well-being: Is it just a matter of pleasure or doing the task? The role of shoppers' gender and self-congruity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 1-13.
- Ewen, R. B. (1993). *An introduction to theories of personality* (4th edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fiore, F. (1997). *Dr. Livingstone's online shopping safari guidebook*. Gulf Breeze: Maximum Press.
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (1999). *Personality: Classic theories and modern research*. Boston: Ally & Bacon.
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management* (2nd edition). Essex: Pearson Prentice Hall.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann Jr, W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in personality*, 37(6), 504-528.
- Gültekin, Z., ve Turhan, M. (2021). Türkiye'de 1992-2020 tarihleri arasında "mutluluk" başlıklı lisansüstü tezlerin içerik analizi. *Journal of Organizational Behavior Review*, 3(2), 185-206.
- Harris, P. (2017). Multichannel shopping well-being: A narrative based examination. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 20(3), 1-21.
- Hergenhahn, B. R., & Olson, M. H. (1999). *An introduction to theories of personality*. Prentice-Hall, Inc.
- Hiley, C. (2021, March 18). The online purchases making us happiest, according to science, Retrieved March 20, 2021, from <https://www.money.co.uk/mobiles/online-shopping-joy>
- Hills, P., & Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. *Personality and individual differences*, 33(7), 1073-1082.
- Ju, I., Jun, J. W., Dodoo, N. A., & Morris, J. (2017). The influence of life satisfaction on nostalgic advertising and attitude toward a brand. *Journal of Marketing Communications*, 23(4), 413-427.
- Kardaş, F., ve Yalçın, İ. (2019). Türkiye'de iyi oluş ile ilgili yapılmış araştırmaların sistematik olarak incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(4), 1423-1433.
- Kırık, A. M., ve Sönmez, M. (2017). İletişim ve mutluluk ilişkisinin incelenmesi. *İnif E-Dergi*, 2(1), 15-26.
- Lee, D. J., Yu, G. B., Sirgy, M. J., Ekici, A., Gurel-Atay, A., & Bahn, K. (2014). Shopping well-being and ill-being toward an integrated model. In F. Musso & E. Druica (Eds.),

- Handbook of research on retailer-consumer relationship development (pp. 27-44). IGI Global.
- Lee, M. S. W., & Ahn, C. S. Y. (2016). Anti-consumption, materialism, and consumer well-being. *The Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 18-47.
- Lenoir, F. (2018). *Mutluluk üstüne felsefi bir yolculuk*. (A. Altınörs, Çev.). İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Leslie, G., Aaker, J., & Schiffrin, D. (2012). *The business case for happiness*. Redwood: Sanford University Press.
- Levy, M. & Weitz, B. A. (2009). *Retailing Management* (7th edition). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Li, N., & Zhang, P. (2002). Consumer online shopping attitudes and behaviour: An assessment of research. *AMCIS 2002 Proceedings*, 508-517.
- Lissitsa, S., & Chachashvili-Bolotin, S. (2016). Life satisfaction in the internet age—Changes in the past decade. *Computers in Human Behavior*, 54, 197-206.
- Lohse, G. L. & Spiller, P. (1999). Internet retail store design: How to user interface influences traffic and sales. *Journal of Computer Mediated Communication*, 5(2).
- Mark, G., & Ganzach, Y. (2014). Personality and Internet usage: A large-scale representative study of young adults. *Computers in Human Behavior*, 36, 274-281.
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of personality*, 60(2), 175-215.
- Meadow, H. L., & Sirgy, M. J. (2008). Developing a measure that captures elderly's well-being in local marketplace transactions. *Applied Research in Quality of Life*, 3(1), 63-80.
- Mendonca, M. R. (2016). Relating big five factor model to the acceptance and use of on-line Shopping. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), 89-98.
- Meyer, W. G., Haines, P. G., & Harris, E. E. (1982). *Retailing: principle and practices* (7th edition). New York: McGraw- Hill.
- Miller, M. (2004). *Bargain hunter's secret to online shopping*. Indiana: Oue Publishing.
- Mischel, W. (1971). *Introduction to personality*. New York: Holt, Rinehold and Winston.
- Nghia, H. T., Olsen, S. O., & Trang, N. T. M. (2020). Shopping value, trust, and online shopping well-being: a duality approach. *Marketing Intelligence & Planning*, 33, 545-558.
- Nicolao, L., Irwin, J. R., & Goodman, J. K. (2009). Happiness for sale: Do experiential purchases make consumers happier than material purchases? *Journal of Consumer Research*, 36(2), 188-198.
- Peterson, C. (1992). *Personality* (2nd edition). Florida: Harcourt Brace Jovanovich.
- Phares, E. J., & Chaplin, W. F. (1997). *Introduction to personality* (4th edition). New York: Longman.
- Pipoli, G. (2016). Marketing Towards Happiness in Peru. In Groza M. D. & Ragland, C. B. (Eds.), *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment* (pp. 615-629). Cham: Springer.
- Pooler, J. (2003). *Why we shop: Emotional rewards and retail strategies*. Westport: Praeger.
- Rokt. (2018, May). The Happiest Place in Digital Marketing. Retrieved March 20, 2021, from https://rokt.com/resources_post/happiest-place-digital-marketing

- Sabatini, F. (2011). Can a click buy a little happiness? The impact of business-to-consumer e-commerce on subjective well-being (No. 12/2011). EERI Research Paper Series.
- Schimmack, U., Oishi, S., Furr, R. M., & Funder, D. C. (2004). Personality and life satisfaction: A facet-level analysis. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 30(8), 1062-1075.
- Šeinauskienė, B., Maščinskienė, J., & Jucaitytė, I. (2015). The relationship of happiness, impulse buying and brand loyalty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 687-693.
- Sfeatcu, R., Cernuşcă-Miţariu, M., Ionescu, C., Roman, M., Cernuşcă-Miţariu, S., Coldea, L., & Burcea, C. C. (2014). The concept of wellbeing in relation to health and quality of life. *European Journal of Science and Theology*, 10(4), 123-128.
- Sirgy, M. J., Lee, D. J., & Kressmann, F. (2006). A need-based measure of consumer well being (CWB) in relation to personal transportation: Nomological validation. *Social indicators research*, 79(2), 337-367.
- Sürücü, Ö. (2016). İş yaşantısında iyimserlik, yaşam doyumunu ve mutluluk; otel işletmelerinde çalışan iş görenlere yönelik bir uygulama. *Journal Of International Social Research*, 9(43), 2170-2176.
- Telli, A. (2010). *Mutluluk tabletleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Temkin Group (2016). *Consumer Benchmark Study*. 28 Eylül 2021 tarihinde <https://www.xminstitute.com/blog/connection-emotion-and-loyalty/> adresinden alıntılanmıştır.
- Tingaz, E. T., & Hazar, M. (2014). The comparison of emotional intelligence and happiness of the preservice teachers in the department of physical education and sports teaching with some preservice teachers in other departments. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Special Issue 1), 745-756.
- Toker, B ve Kalıpçı, M. B. (2020). Beş faktör kişilik özelliklerinin yaşam doyumuna etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. 5. Örgütsel Davranış Kongresi, Antalya.
- Turban, E., King, D., Viehland, D., & Lee, J. (2006). *Electronic commerce: A managerial perspective* (4th edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Van Hoorn, A. (2007). A short introduction to subjective well-being: Its measurement, correlates and policy uses. In Trabajo presentado en la International conference: Is happy measurable and what do those measures mean for policy.
- Wautelet, T. (2018). Exploring the role of independent retailers in the circular economy: a case study approach. Master- Thesis, European University for Economics & Management A.s.b.l, Luxembourg.
- Yetim, G., Hastürk, G., ve Argan, M. (2020). Retro temelli ramazan etkinlikleri: nostalji eğilimi, akış deneyimi, etkinlik tatmini, boş zaman tatmini, yaşam tatmini ve mutluluk arasındaki ilişki. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 781-791.
- Yıldırım, V. Y., ve Turaç, M. (2020). Ortaokul öğrencilerinin ilk hafta mutluluk düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişki. *Electronic Journal of Education Sciences*, 9(17), 57-71.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu

Tarih: 21.02.2020

No: 033

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %80

2. yazar katkı oranı : %20



The Relations between Motivational Factors and Behavioral Intentions of Medical Health Tourists

Medikal Sağlık Turistlerinin Motivasyonel Faktörleri ile Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkiler

Dr. Öğr. Üyesi Tekin SANCAR ¹

Abstract

This study aims to determine the relationships between medical health tourists' perceptions of motivational factors and their behavioral intentions. In addition, it is aimed to redesign the health investments made with the existing medical technology in accordance with the medical health tourism trends and to develop motivational resources in this application process. The population of the study consists of international patients who have received medical health tourism services from health facilities operating in the province of Istanbul and holding a health tourism facility authorization certificate and who were reached through social media channels (Twitter, Instagram). The sample group consisted of 400 international medical tourists reached through the social media addresses (Twitter, Instagram) of health facilities operating in Istanbul and holding a health tourism facility authorization certificate. The data were collected through online survey technique. The total number of questionnaires evaluated and used in data analysis is 400. Accordingly, the overall average score of the motivational factors of medical health tourists is 3.94 ± 0.58 ; the highest sub-dimension is "price affordability (4.39 ± 0.75)" and the lowest sub-dimension is country knowledge and awareness (2.67 ± 0.96). At the same time, looking at the evaluations of medical health tourists regarding their behavioral intentions, the general average score of behavioral intention was found to be 4.45 ± 0.73 . Based on the results of confirmatory factor analysis, it was revealed that there is a positive relationship between medical health tourists' motivational factors and their behavioral intentions at a high level and that medical health tourists' attitudes regarding their perceptions of motivational factors have a highly significant and positive effect on their attitudes regarding their behavioral intentions. This research has demonstrated that motivational factors can affect how a medical tourist perceives the image of the healthcare provider in the host country. First of all, since medical health tourism, which adds positive value to the economy, is an important preference criterion to be included in strategic plans, it is recommended that the government develop an effective policy in this direction. In addition, health investments in Türkiye with existing medical technology should be supported and redesigned in line with medical health tourism trends.

Keywords: Motivational factors, behavioral intentions, medical health tourists

Paper Type: Research

Öz

Bu araştırma ile medikal sağlık turistlerinin motivasyonel faktörlere yönelik algıları ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra mevcut tıp teknolojisi ile yapılmakta olan sağlık yatırımlarının medikal sağlık turizmi trendlerine uygun olarak yeniden tasarlanması ve bu uygulama sürecinde motivasyon kaynaklarının geliştirilmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde faaliyet gösteren ve sağlık turizmi tesis yetki belgesine sahip sağlık tesislerinden medikal sağlık turizmi hizmeti almış olan ve sosyal medya kanalıyla (Twitter, Instagram) ulaşılan uluslararası hastalar oluşturmaktadır. Örneklem grubunu ise İstanbul ilinde faaliyet gösteren ve sağlık turizmi tesis yetki belgesine sahip sağlık tesislerinin sosyal medya adreslerinden (Twitter, Instagram) ulaşılan 400 uluslararası medikal turist oluşturmuştur. Araştırmanın verileri Google formlar

¹İğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, tekin.sancarr@gmail.com

Atf için (to cite): Sancar, T. (2024). The relations between motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 246-259.

üzerinden oluşturulan online anket tekniği ile elde edilmiştir. Toplamda 400 adet anket üzerinden analizler yapılmıştır. Buna göre, medikal sağlık turistlerinin motivasyonel faktörlerinin genel ortalama puanı $3,94 \pm 0,58$; en yüksek alt boyut "fiyat uygunluğu ($4,39 \pm 0,75$)", en düşük alt boyut ise ülke bilgisi ve farkındalığıdır ($2,67 \pm 0,96$). Aynı zamanda medikal sağlık turistlerinin davranışsal niyetlerine ilişkin değerlendirmelerine bakıldığında davranışsal niyet genel ortalama puanı $4,45 \pm 0,73$ bulunmuştur. Doğrulamalı faktör analizi sonuçlarına göre medikal sağlık turistlerinin motivasyonel faktörleri ile davranışsal niyetleri arasında yüksek düzey pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve medikal sağlık turistlerinin motivasyonel faktörlerine yönelik algılarının, onların davranışsal niyetlerine yönelik tutumlarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu araştırma, motivasyonel faktörlerin bir medikal sağlık turistinin ev sahibi ülkedeki bir sağlık hizmet sunucusunun imajını nasıl algıladığını etkileyebileceğini ortaya koymuştur. Öncelikle ekonomiye pozitif değer katan medikal sağlık turizminin stratejik planlarda yer alması önemli bir tercih kriteri olduğundan, bu yönde hükümetin etkin bir politika geliştirmesi önerilmektedir. Ayrıca Türkiye'de mevcut tıbbi teknoloji ile yapılmakta olan sağlık yatırımlarının desteklenmesi ve medikal sağlık turizmi trendlerine uygun olarak yeniden tasarlanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Motivasyonel faktörler, davranışsal niyetler, medikal sağlık turistleri

Makale Türü: Araştırma

Introduction

High health expenditures in developed countries, difficulties in social security services, rapidly aging population, and developments in transportation and communication technologies have formed the starting point of health tourism. Health tourism includes a variety of types of travel for health and fitness services, including plastic surgery, cosmetic, beauty, treatment, rehabilitation, visiting, recreation and cultural services. Currently, with the widespread use of the internet and other communication technologies, it has become much easier to access all kinds of information, and with these opportunities, people have chosen to visit health institutions in these countries and try the treatment of various diseases in institutions with international accreditation, with less waiting time and cheaper treatment opportunities. As a result of the spending arising from these trips, health tourism had a market value of over 100 billion dollars globally in 2014 (SATURK, 2022).

Health tourism encompasses health restoration and recovery, wellness, well-being and health and medical care services. Facilities or regions that provide special care services and provide useful services for a specific disease, facilities or regions that provide services for preventive health practices such as sports, dieting, weight loss, such as weight control clinics or SPA, and facilities such as famous clinics that apply a different treatment for a specific disease than other health centers are the places where these services are provided (World Tourism Organization, 2018). Health tourism refers to travel to a country (or region) different from one's usual place of residence to receive medical (surgeries, dental/eye treatments, organ transplantation, diagnostic services, etc.) and non-medical (aesthetic operations, healthy living and wellness, third-age care/treatment) services. Although health tourists benefit from different vacation opportunities in parallel with their travel, their main purpose is to receive a specific health service (Bookman and Bookman, 2007). In general, health tourism is considered as an organized tourism movement consisting of medical (medical) health tourism, thermal health tourism (spa + spa & wellness) and elderly health tourism (Republic of Türkiye Ministry of Culture and Tourism, 2023).

Medical health tourism refers to people traveling within the country or to other countries for medical treatment. Due to reasons such as high prices of health services and long waiting times, people travel to other countries to receive treatment. The primary objective of medical health tourism is to seek treatment and to benefit from the services such as accommodation, eating and drinking, transportation and travel programs provided by the tourism sector (Tengilimoğlu, 2013). Medical tourism, which is also called medical tourism in some sources, is the applications made for the purpose of treating local and foreign tourists with

any health problem applied by doctors with certain plans in the health centers of countries for a fee. It usually includes services such as dental, eye, organ transplantation, in vitro fertilization and aesthetic surgery (Gray and Poland, 2008). Medical health tourism has gained importance with the increasing importance people attach to their health. Singapore, Philippines, UAE, UAE and India stand out as countries that want to increase their medical health tourism potential and revenues. Today, India is considered as the center of medical tourism. In the medical tourism sector, the demand is focused in three regional markets, namely North America, Western Europe and the Middle East, while India, Malaysia and Thailand are the favorite destinations for European medical visitors in terms of the distribution of demand across destinations (BAKA, 2011).

As a result, health tourism has an income-generating effect six times more than other types of tourism. Türkiye is the most ideal region for medical tourism and alternative health tourism thanks to its climate, sea, beaches, thermal springs, thalassotherapy facilities, forests, plateaus, as well as the ease of transportation offered by Turkish Airlines, a national airline brand that flies to the most destinations in the world. Meanwhile, Türkiye aims to be the focus of high-quality healthcare services in medical health tourism with its university hospitals, training and research hospitals and private healthcare organizations across the country. At the same time, Türkiye's high youth population, educable and qualified labor force potential, developed human resources and strengthening economy have made Türkiye a preferred health tourism destination worldwide. In addition, due to the investments made in the field of health in the last decade and the positive results of the health transformation program, many health institutions in Türkiye have reached a level that can compete with health institutions in other countries. The objective of this research is to determine the relationships between motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists.

1. The Relations between Motivational Factors and Behavioral Intentions

In recent years, medical health tourism has been recognized as an alternative tourism that contributes to the economy of countries as a strategic alternative tourism source with high added value (Aslan and Aslan, 2016). In general, the scope of medical health tourism includes the information research of the medical tourist before the point of departure from his/her home, the process of reaching the destination where he/she receives service, the place where he/she stays during the service, other services other than the medical services he/she receives, the process of returning home after the service he/she receives, and the intention to return to the destination where he/she receives service (Lee and Fernando, 2015, p. 149).

Medical health tourism is a concept that covers international travel to receive certain treatment methods performed by physicians in hospitals within the scope of general medicine. Medical health tourism is mostly aesthetic operations that require specialization and are carried out to destinations that include advantages such as hygiene, security, image, waiting times, quality of care of the service provided, having accreditation, being close to where they live, being reliable and cheap. It is an international patient mobility covering advanced treatments, cardio vascular surgery, radio therapy, cyber knife, transplantation, infertility-tube baby IVF applications, eye, dental, dialysis, cancer, chemotherapy and similar advanced treatments (Jotikasthira, 2010). The literature treats health tourism and medical tourism as a composite concept with varying emphasize. Nevertheless, while medical tourism is "organized travel out of the natural health jurisdiction of an indigenous individual for the protection, enhancement or restoration of the individual's mental and physical health", medical tourism is limited to "travel out of the natural health authority of an indigenous individual to improve or enhance the health of the individual by means of medical care" (Carrera and Bridges, 2006, p. 448).

The global medical health tourism market size is undoubtedly significant. According to the Medical Tourism Association, approximately 14 million people worldwide travel to other countries each year to seek medical care, and the value of these trips can range from 50 to 70

thousand million dollars. Currently, Thailand is seen as the top destination for health tourism with 1 million 200 thousand visitors. This country is followed by Mexico, which hosts around one million tourists seeking new health services every year. Mexico has overtaken the United States, which ranks third with 800,000 people. After these three countries, according to "Patients Beyond Borders" statistics, Singapore, India, Brazil, Türkiye and Taiwan share one million 380 thousand tourists (Medical Tourism Association, 2022).

There are many factors that influence medical health tourists to choose the destinations where they will receive their treatment after searching for information. These are generally listed as; affordable price, presence of a good team that has proven itself, country image, cultural proximity, environmental factors, ability to offer a good accommodation service, giving importance to privacy, geographical proximity, quality service, absence of natural factors, presence of entertainment centers, development in medical technology, government guarantee, presence of language services, prioritizing the food and beverage culture of medical tourists, provision of religious services, safety and security, post-treatment services, approach of insurance companies or intermediary institutions (Jotikasthira, 2010).

The preference factors of individuals/patients in medical health tourism have been addressed from different aspects by different researchers such as country image (Fetscherin & Stephano, 2016; Caballero-Danell and Mugomba, 2007; Crooks et al., 2010; Manaf et al., 2015), quality and affordability (Connell, 2013), hospital image (Fetscherin and Stephano, 2016) and tourism facilities (Connell, 2006; Hall, 2011). However, it has also been stated that there is a strong relationship between quality and affordability in destination choice in medical health tourism (Sarwar et al., 2012) and that the recommendation of friends/friends/relatives and social media play an important role in the formation of a strong brand image (Cham et al., 2021, p. 164).

The country to be visited in medical health tourism is generally known as the destination and the choice of country constitutes the demand side of the medical tourism sector (Heung et al., 2010). Here, factors such as good economic conditions in the destination country (Smith and Forgione, 2007); political stability (Lajevardi, 2016); the existence of insurance measures against malpractice in the legal structure of the country (Falk and Prinsen, 2016); and the existence of legal regulations to perform some special procedures such as abortion and stem cell transplantation (Hall, 2011) are taken into consideration.

The cost factor, which is one of the frequently studied issues in medical health tourism (Falk and Prinsen, 2016), means that tourists prefer the most favorable price (Connell, 2006). In some studies (Smith and Forgione, 2007), the cost factor is considered as the second factor after the economic and political structure of the country, while in some studies (Aniza et al., 2009) it is considered as the main factor. In the study conducted by Fetscherin and Stephano (2016), within the scope of medical tourism costs; low-cost travel expenses, accommodation expenses, treatment expenses, flight tickets and health service sub-dimensions are included.

In addition, there are many studies conducted internationally to determine the underlying reasons for the development and branding of health tourism and medical tourism in the literature. According to the results of a study conducted by Bhadu (2011) in India, the factors affecting the branding of India in medical tourism are listed as the provision of the highest quality health services at low prices, an expert team of professional doctors, the presence of highly equipped health institutions, 100% reliability and 100% success rate. According to the results of the study conducted by Anvekar (2012) to measure the perceptions of patients on India's becoming a brand country in medical tourism; while India's being a big country and having a good experience in health tourism were stated as the reasons for preferring India in medical tourism; low price, quality health services and affordability of insurance budget were stated in the same study. According to a study by Pasadilla et al. (2014), the factors influencing the growth of medical and thermal tourism in Asia are listed as savings, high quality

of health services, short waiting times and ease of access to health services, more affordable international travel, improved communication via the internet and increased medical facilities, lack of health insurance and lack of insurance coverage, and lack of quality health services in some developing countries.

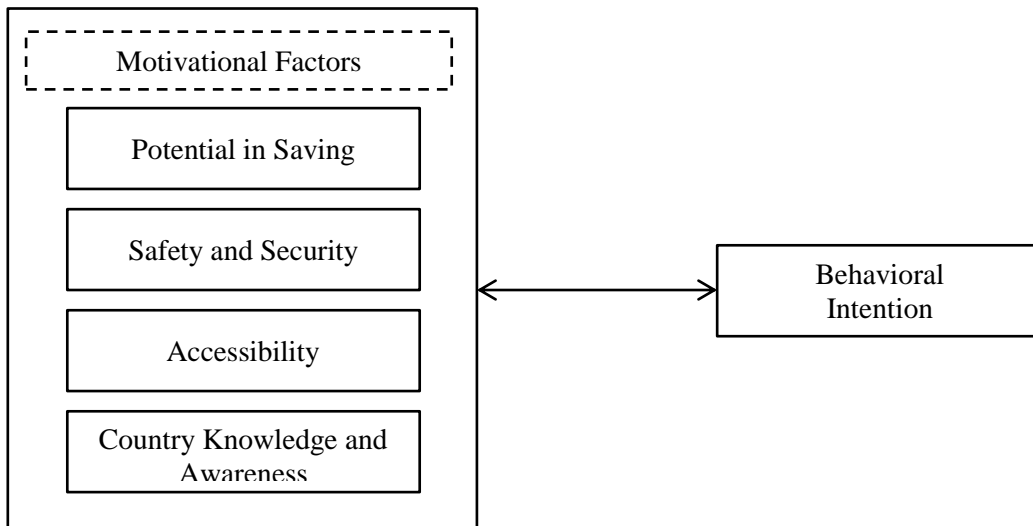
As a consequence, due to the rise in the world population, the improvement in the overall quality of life and the increase in health expenditure in several countries, countries that offer better quality and affordable care have appeared, which has led to the establishment of a medical health tourism sector. The rise in the aged population in the world has also stimulated the sector. The factors that develop medical health tourism are listed as; getting rid of long waiting lists, receiving better quality and shorter service, accessing high health technologies, reducing the cost of health services, the desire of chronic patients, the elderly and the disabled to go to other environments and receive treatment, the desire of people with drug addictions and other addictions to be in different or more suitable environments, the desire to travel and visit culture in addition to receiving treatment, the desire to hold on to life and the desire to live (T.R. Ministry of Culture and Tourism, 2023).

2. The Material and Methodology

2.1. Purpose and Hypotheses of the Research

The relationships between motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists constitute the subject of the research. The statement "There is a statistically significant relationship between motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists" constitutes the main hypothesis of the research. The conceptual design of the research explores the underlying causal relations between the research's main variables (motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists). The associations between the conceptual model of the research are shown in the Figure 1.

Figure 1. Conceptual model of the research



Common elements of medical health tourism destination image include tourist attractions, general infrastructures, reputation of hospitals, service quality of hospitals, medical facilities, social environment, transportation services, accommodation, supportive services, food, personal safety and communication (Jotikasthira, 2010; Lam et al., 2011). At the same time, accessibility is generally recognized as an important factor that attracts tourists to visit a particular destination (Marrocu and Paci, 2013; Massidda and Etzo, 2012). Easy accessibility with safe transportation has the ability to increase a country's competitiveness (Aref and Gill, 2009; Goffi, 2013) and has a great impact on tourists' perception of destination image (Frias et

al., 2008; Shani et al., 2010). Accessibility has also been associated with tourists' destination choice (Aguila and Ragot, 2014), their satisfaction with a destination (Sangpikul, 2018) and their intention to visit a destination (Bianchi et al., 2017). Product or service price is known to be an important factor in influencing consumers' product or service choices and purchase decisions (Ryu and Han, 2010). It is accepted that price affordability has a significant impact on consumer behavior (Crozier and Baylis, 2010; Ryu and Han, 2010). In medical health tourism, price is the medical cost paid by medical tourists for treatment. Medical tourists compare price and choose the destination that provides medical services at a reasonable price (Abd Manaf et al., 2015; Han and Hyun, 2015).

2.2. Study Population and Sample

The universe of the research is composed of the international patients who received medical health tourism services from health institutions that operate in Istanbul and have a health tourism authorization license and who were accessed using social media platforms (Twitter, Instagram). The sampling group is composed of 400 foreign medical tourists who were reached through the social media addresses (Twitter, Instagram) of health institutions that operate in Istanbul and have a health tourism authority license.

2.3. The Process of Data Collection

An on-line questionnaire technique was used as a data collection method. The questionnaire form developed was extensively discussed with experts and academicians specializing in the field of health tourism and its last format was prepared. The questionnaire consists of three sections in total. The first section includes statements related to the basic characteristics of the participants, while the second section includes statements consisting of 18 propositions regarding the motivational factors of medical health tourists. In the last section, there are questions consisting of 3 statements expressing the behavioral objectives of medical health tourists.

2.4. Scales Used in the Research

The motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists were revealed by using the scale developed by Mee et al. (2008). The scale of motivational factors of medical health tourists consists of four sub-dimensions and 18 questions. The scale of behavioral intentions of medical health tourists consists of one dimension and three questions.

2.5. Data Analysis

IBM SPSS 23 and AMOS were used together for the statistical analysis of the data set.

2.6. Ethical Aspect of Research

Ethical permission for the research was obtained from the Scientific Research and Publication Ethics Committee of Iğdır University, dated 25.05.2023 and decision number 2023/10. Participation in the study was based on volunteerism.

3. Results

3.1. Reliability of Research Data

The motivational factors of medical health tourists, which constitute the variables of the research, were subjected to reliability analysis with 18 questions, and the behavioral intentions factors of medical health tourists were subjected to reliability analysis with 3 questions.

Table 1. Reliability analysis results

Scale and Dimensions	Number of expressions	Cronbach Alpha
Potential in Saving	5	0,739
Safety and Security	5	0,812
Accessibility	4	0,727
Country Knowledge and Awareness	4	0,709
Behavioral Intention	3	0,756
General	21	0,917

Approximately 60% of the individuals included in the study were men (240) and 40% (160) were women. The majority of the participants included in the study were between the ages of 36-59 (69%). More than half of the participants (54.5%) had postgraduate education. 65% of the participants received health services from Istanbul, 15% from Ankara, 8% from Izmir, 6% from Bursa and the remaining 6% from other provinces. In general terms, the medical units related to the treatments received by the participants were as follows: 40% aesthetic surgery, 28% oral and dental health, 12% general surgery, 7% ophthalmology, 5% cardiovascular surgery, 3% otolaryngology, 3% dermatology, 2% orthopedics.

3.2. Evaluations of Medical Health Tourists on Motivational Factors and Behavioral Intentions

The evaluations of the participants regarding the dimensions of motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists are given in Table 2. Accordingly, the general average score of motivational factors of medical health tourists is 3.94 ± 0.58 ; the highest potential in saving dimension (4.39 ± 0.75) and the lowest one in country knowledge and awareness (2.67 ± 0.96). When we examine the evaluations of medical health tourists about the behavioral intention dimension, the general average score of behavioral intention is 4.45 ± 0.73 .

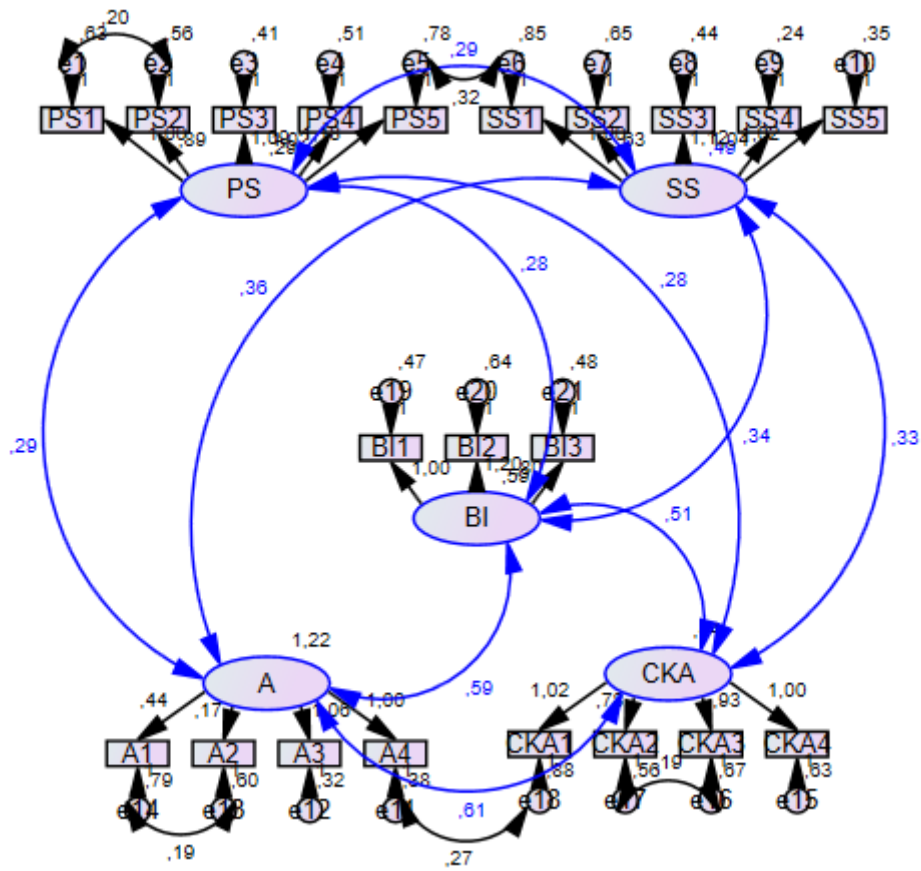
Table 2. Evaluations of the participants on motivational factors and behavioral intentions

Constructions	Factors	Mean	Std. Deviation	Variance	Reliability Coefficient
Motivational Factors	Potential in Saving	4.39	0.75	0.63	0,655
	Safety and Security	4,18	0.71	0.53	0,623
	Accessibility	4,12	0.80	0.65	0,740
	Country Knowledge and Awareness	2.67	0.96	0.76	0,709
	General	3.85	0.52	0.73	0,879
Behavioral Intentions	Behavioral Intention	4.45	0.73	0.69	0,940

3.3. Confirmatory Factor Analysis

In order to achieve the purpose of the study, confirmatory factor analysis model was used for the motivational factors and behavioral intention scales used in the questionnaire. The confirmatory factor analysis model is shown in Figure 2.

Figure 2. Motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists (Research Model and Goodness of Fit Results)



CMIN/DF:3,79; GFI: 0,870; NFI: 0,844; IFI: 0,880; RFI: 0,810; TLI: 0,855; CFI: 0,881; AGFI: 0,832; RMSA: 0,074

[(Potential in Saving-PS, Safety and Security-SS, Accessibility-A, Country Knowledge and Awareness-CKA, Behavioral Intention-BI)]

The obtained fit variables demonstrate that model fit is provided. There is a significant positive relationship between motivation factors and behavioral intentions of medical health tourists. As the motivation factors perceptions of medical health tourists increased, their behavioral intentions also increased positively. The findings of the content validity and confirmatory factor analyses show that the construct validity of the model is ensured.

Table 3. CFA results for the modified measurement model

Constructs	Items	Standardized Regression Coefficients	Estimate	Standard Error (SE)	T value (CR)	P
Potential in Saving (PS)	PS1	,560	1,000			
	PS2	,538	,888	,088	10,038	***
	PS3	,673	1,090	,117	9,315	***
	PS4	,610	1,022	,116	8,792	***
	PS5	,581	1,178	,137	8,581	***
Safety and Security (SS)	SS1	,606	1,000			
	SS2	,484	,633	,076	8,329	***
	SS3	,762	1,115	,094	11,814	***
	SS4	,830	1,039	,084	12,426	***
	SS5	,771	1,021	,086	11,896	***
Accessibility (A)	A4	,872	1,000			
	A3	,899	1,057	,052	20,153	***
	A2	,240	,174	,038	4,614	***
	A1	,482	,444	,045	9,814	***
Country Knowledge and Awareness (CKA)	CKA4	,644	1,000			
	CKA3	,605	,932	,085	10,921	***
	CKA2	,569	,780	,075	10,355	***
	CKA1	,587	1,021	,096	10,652	***
Behavioral Intention (BI)	BI1	,743	1,000			
	BI2	,752	1,196	,085	13,989	***
	BI3	,661	,801	,065	12,340	***

According to the results of structural equation modeling; standardized regression coefficients (β), critical ratio (C.R.) and significance level (p values) are shown in Table 3. The results of the correlation analysis (the relationships between the motivational factors of the medical health tourists and their behavioral intentions) are given in Table 4.

Table 4. Correlations between variables

Variables	Correlation Coefficients
PS <--> BI	,682
SS <--> BI	,631
A <--> BI	,703
CKA <--> BI	,995

[(Potential in Saving-PS, Safety and Security-SS, Accessibility-A, Country Knowledge and Awareness-CKA, Behavioral Intention-BI)]

According to the results of structural equation modeling; standardized regression coefficients (β), critical ratio (C.R.) and significance level (p values) are shown in Table 3. A moderate positive correlation was found between safety-security and potential in saving with behavioral intentions of medical health tourists. In addition, a high level of positive correlation was found between accessibility and country knowledge-awareness with behavioral intentions of medical health tourists

Discussion

With this research, it is aimed to determine the relationships between medical health tourists' perceptions of motivational factors and their behavioral intentions. In addition, it is aimed to redesign the health investments made with the existing medical technology in accordance with the medical health tourism trends and to develop motivational resources in this application process. The population of the study consists of international patients who have received medical health tourism services from health facilities operating in the province of Istanbul and holding a health tourism facility authorization certificate and who were reached

through social media channels (Twitter, Instagram). The sample group consisted of 400 international medical tourists reached through the social media addresses (Twitter, Instagram) of health facilities operating in Istanbul and holding a health tourism facility authorization certificate. The data were collected through online survey technique. The total number of questionnaires evaluated and used in data analysis is 400. IBM SPSS 23 and AMOS were used together for the statistical analysis of the data set. Descriptive analysis, and correlation analysis and structural equation modeling were used in the research.

Accordingly, the overall mean score of motivational factors of medical health tourists was 3.94 ± 0.58 ; the highest sub-dimension is "potential in saving" (4.39 ± 0.75), and the lowest sub-dimension is country knowledge and awareness (2.67 ± 0.96). At the same time, when the evaluations of the behavioral intentions of the medical health tourists are examined, the general average score of the behavioral intention was found to be 4.45 ± 0.73 . According to the results of confirmatory factor analysis, it has been determined that there is a high level positive relationship between the motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists, and the perceptions of medical health tourists towards motivational factors affect their attitudes towards their behavioral intentions in a statistically significant and positive way.

The main reasons that lead people to health travel activities are; the scarcity or absence of high-tech health services and professional human resources in the country of the person, the desire to have a vacation with the treatment, the fact that health services are expensive in their own country, the desire to receive much higher quality health services, not wanting their surgery to be known for any reason in their country (plastic surgery, infertility treatment, etc.), tourism mobility in cases where there are limited opportunities for climate and geographical vacation in their country (going to countries with forests, plateaus, historical and cultural richness), tourism mobility in a country where there are mostly thermal facilities and thermal tourism opportunities), tourism mobility in cases where there are limited opportunities for vacation in the country in terms of climate and geography (going to countries with forests, plateaus, historical and cultural richness), the desire to have a holiday in a country where there are many thermal facilities and thermal tourism opportunities, the desire of chronic patients, the elderly and the disabled to go to other environments and receive treatment, the desire of people with drug and other addictions to be in different or more suitable environments and the desire of the person to hold on to life and live (Republic of Türkiye Ministry of Health Tourism Handbook, 2012).

In addition to this, due to the rapid increase in the world population, the increase in the quality of life, and the increase in health costs in various countries, countries that provide better quality and economical treatments have emerged and led to the formation of the health tourism sector. The increase in the elderly population in the world has also triggered the sector. The factors that develop health tourism are listed as; getting rid of long waiting lists, receiving better quality and shorter service, accessing high health technologies, reducing the cost of health services, the desire of chronic patients, the elderly and the disabled to go to other environments and receive treatment, the desire of people with drug addictions and other addictions to be in different or more suitable environments, the desire to travel and visit culture in addition to being treated, and the desire of the person to hold on to life and live (Republic of Türkiye Ministry of Culture and Tourism, 2023).

Medical health tourism, one of the types of health tourism, generally refers to people traveling to another country to receive medical treatment abroad. Medical tourism originated from the wider term of health tourism. Other researchers have considered health and medical tourism as a composite construct with different emphasis (Lunt and Carrera, 2010). Carrera and Bridges (2006) describe health tourism as "organized traveling out of one's local environment to maintain, recover or restore one's mental and physical health", whereas medical tourism is limited to "organized traveling out of one's natural health care area to improve or restore one's health by medical intervention". Medical tourism covers travel to hospitals and clinics for

medical treatments in different areas ranging from cardiology, gynecology, neurology, ophthalmology, oncology, orthopedic transplants, preventive medicine, artificial insemination, anti-aging medicine and plastic reconstructive medicine.

Conclusion and Suggestions

Medical health tourism, where patients travel away from their homes to receive medical treatment, has grown rapidly in recent years. At the same time, the gradual growth of the medical health tourism sector has enabled an increasing number of countries to participate in this sector, which has become more competitive than ever before. Therefore, it is important to identify motivational factors and measure behavioral intentions in order to understand and attract potential international patients.

According to the results of confirmatory factor analysis, it has been determined that there is a high level positive relationship between the motivational factors and behavioral intentions of medical health tourists, and the perceptions of medical health tourists towards motivational factors affect their attitudes towards their behavioral intentions in a statistically significant and positive way. This research revealed that motivational factors can affect how a medical health tourist perceives the image of a healthcare provider in the host country.

First of all, since the importance of medical health tourism, which adds a positive value to the economy, and the fact that it is included in strategic plans are an important preference criterion, it is recommended that the Turkish government implement an effective policy on medical tourism and improve the motivation resources in this implementation process. In addition, it is necessary to support the health investments that are being made with the current medical technology in Türkiye and to be redesigned in accordance with the new medical health tourism trends.

It is important for the decision makers who determine the medical health tourism destination policies to develop new policies by taking into account the motivation criteria for the destination selection of medical tourists. It is important to provide all kinds of medical care in a quality way, especially for medical potential tourists who cannot find the medical care they want in the country they live in. At this point, it is suggested that health service providers in Türkiye should emphasize this source of motivation.

References

- Abd Manaf, N.H., Hussin, H., Kassim, J.P.N., Alavi, R. and Dahari, Z. (2015). Country perspective on medical tourism: The Malaysian experience. *Leadership in Health Services*, 28(1), 43–56.
- Aguila, G.M. and Ragot, R. (2014). Ecotourism industry in Ilijan Batangas City, Philippines: Assessing its effects as a basis of proposed tourism development plan. *Quarterly Journal of Business Studies*, 1(1), 24–35.
- Aniza, I., Aidalina, M., Nirmalini, R., Inggit, M.C.H. and Ajeng, T.E. (2009). Health Tourism in Malaysia: The Strength and Weaknesses. *Journal of Community Health*, 15(1), 7-15.
- Anvekar, S.R. (2012). Medical Tourism in India: A Strategic Approach towards Effective Branding For Health Care Services Marketing. *American Journal of Management*, 12(2/3), 108-116.
- Aref, F. and Gill, S.S. (2009). Rural tourism development through rural cooperatives. *Nature and Science*, 7(10), 68–73.
- Aslan, S. ve Aslan, Ö. (2016). *Türkiye’de Sağlık Turizmine İlişkin Stratejiler ve Temel Çıkarımlar: Bireylerin Medikal Turizm Algıları Üzerine Bir Alan Araştırması*. (1. Baskı). İstanbul: Form Baskı Teknolojileri.

- BAKA (2011). Sağlık Turizmi Sektör Raporu. <https://baka.ka.gov.tr/dokumanflipbook/saglik-turizmi-sektor-raporu/227>. Erişim Tarihi: 5.09.2022.
- Bhadu, S.S. (2011). Opportunities & Challenges of Medical and Health Tourism - Creating a Brand of Alternative Tourism in India. *IJMT*, 19(2), 32-41.
- Bianchi, C., Milberg, S. and Cúneo, A. (2017). Understanding travelers' intentions to visit a short versus long-haul emerging vacation destination: The case of Chile. *Tourism Management*, 59, 312–324.
- Bookman, Z.M. and Bookman, R.K. (2007). *Medical Tourism in Developing Countries*. Palgrave Macmillan: New York.
- Caballero-Danell, S. and Mugomba, C. (2007). Medical tourism and its entrepreneurial opportunities: A conceptual framework for entry into the industry. Master Thesis No. 2006.
- Carrera, P. M. and Bridges, J. F. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert review of pharmacoeconomics & outcomes research*, 6(4), 447-454.
- Cham, T.H., Lim, Y.M., Sia, B.C., Cheah, J.H. and Ting, H. (2021). Medical tourism destination image and its relationship with the intention to revisit: A study of Chinese medical tourists in Malaysia. *Journal of China Tourism Research*, 17(2), 163-191.
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism management*, 34, 1-13.
- Crooks, V.A., Kingsbury, P., Snyder, j. and Johnston, R. (2010). What is known about the patient's experience of medical tourism? A scoping review. *BMC Health Services Research*, 10, 266.
- Crozier, G.K.D. and Baylis, F. (2010). The ethical physician encounters international medical travel. *Journal of Medical Ethics*, 36(5), 297–301.
- Falk, L.K. and Prinsen, T.J. (2016). Decisions: Factors that Influence a Patient's Medical Tourism Choices. *Quarterly Review of Business Disciplines*, 3(3), 195-212.
- Fetscherin, M. and Stephano, R.M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, 52, 539-556.
- Frías, D.M., Rodriguez, M.A. and Castaneda, J.A. (2008). Internet vs. travel agencies on pre-visit destination image formation: An information processing view. *Tourism Management*, 29(1), 163–179.
- Goffi, G. (2013). A model of tourism destination competitiveness: The case of the Italian destinations of excellence. *Turismo y Sociedad*, 14, 121–147.
- Gray, H.H. and Poland S.C. (2008). Medical Tourism: Crossing Borders to Access Health Care. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 18 (2), 193-201.
- Hall, C.M. (2011). Health and medical tourism: a kill or cure for global public health?. *Tourism review*, 66(1/2), 4-15.
- Han, H. and Hyun, S.S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management*, 46, 20–29.
- Heung, V.C.S., Kucukusta, D. and Song, H. (2010). A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3), 236-251.
- Jotikasthira, N. (2010). Salient Factors Influencing Medical Tourism Destination Choice (Doktora Tezi). Southern Cross University.

- Jotikasthira, N. and Cox, C. (2010). Understanding the motivations, information search needs and destination choice criteria of the medical tourist. In: 8th APacCHRIE conference: Integrating hospitality and tourism in Asia and Pacific, Phuket, Thailand.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2023). Turizm Gelirleri ve Giderleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html> (Erişim Tarihi: 21.07.2022).
- Lajevardi, M. (2016). A comprehensive perspective on medical tourism context and create a conceptual framework. *Journal of Tourism and Hospitality*, 5(5), 1-11.
- Lam, C.C., du Cros, H., and Vong, T.N. (2011). Macao's potential for developing regional Chinese medical tourism. *Tourism Review*, 66(1/2), 68-82.
- Lee, H.K. and Fernando, Y. (2015). The Antecedents and Outcomes of the Medical Tourism Supply Chain. *Tourism Management*, 46(Supplement C), 148–157.
- Lunt, N., & Carrera, P. (2010). Medical tourism: assessing the evidence on treatment abroad. *Maturitas*, 66(1), 27-32.
- Manaf, N.H.A., Hussin, H., Kassim, P.N.J., Alavi, R. and Dahari, Z. (2015). Country perspective on medical tourism: the Malaysian experience. *Leadership in Health Services*, 28(1), 43-56.
- Marrocu, E. and Paci, R. (2013). Different tourists to different destinations. Evidence from spatial interaction models. *Tourism Management*, 39, 71–83.
- Massidda, C. and Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33(3), 603–610.
- Medical Tourism Association (2022). Medical Tourism Statistics. <https://hospitalcmq.com/medical-tourism/statistics/> (Erişim Tarihi: 19.07.2022).
- Mee, L.Y., Huei, C.T. and Chuan, S.B. (2018). Medical Tourists' Behavioral Intention in relation to Motivational Factors and Perceived Image of the Service Providers. *International Academic Journal of Organizational Behavior and Human Resource Management*, 5(3), 1-16.
- Pasadilla, G., Skidmore, R. and Diallo, A. (2014). Medical and wellness tourism: Lessons from Asia. *International Trade Centre*, 14, 1-28.
- Ryu, K. and Han, H. (2010). Influence of the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310–329.
- Sangpikul, A. (2018). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: The case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 106–123.
- Sarwar, A., A., Manaf, N.A. and Omar, A. (2012). Medical Tourist's Perception in Selecting their Destination: A Global Perspective. *Iranian J Publ Health*, 41(8), 1-7.
- SATURK (2022). Dünyada Sağlık Turizmi. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10945/0/03pdf.pdf> (Erişim Tarihi: 19.07.2022).
- Shani, A., Chen, P.J., Wang, Y. and Hua, N. (2010). Testing the impact of a promotional video on destination image change: Application of China as a tourism destination. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 116–133.
- Smith, P.C. and Forgione, D.A. (2007). Global outsourcing of healthcare: a medical tourism decision model. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 9(3), 19-30.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023). Sağlık ve Termal Turizmi Tanımı. [https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11492/saglik-ve-termal-turizmi-tanimi.html%20\(Eri%C5%9Fim](https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11492/saglik-ve-termal-turizmi-tanimi.html%20(Eri%C5%9Fim%20Tarihi%3A%2022.02.2023)) (Erişim Tarihi: 22.02.2023).
- T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi El Kitabı (2012). Sağlık Turizmi El Kitabı 2012. <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR,1117/saglik-turizmi-el-kitabi-2012.html> (Erişim Tarihi: 10.01.2023).
- Tengilimoğlu, D. (2013). Sağlık Turizmi: Tedavi Amaçlı Turizm ve Termal Turizmde Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Hastane Dergisi*, 34(90-96), 51-72.
- World Tourism Organization (2018). Exploring health tourism. <https://www.unwto.org/global/publication/exploring-health-tourism> Erişim Tarihi: 10.08.2022.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: İğdır Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı

Tarih: 25.05.2023

No: 2023/10



Sağlık Sektöründe İş Etiği Dinamiklerinin Değerlendirilmesi: Bir DEMATEL Uygulaması

Evaluation of Business Ethics Dynamics in Health Sector: A DEMATEL Application

Doç. Dr. Esra Çiğdem CEZLAN¹

Öz

Günümüzde yaşanan globalleşme ve teknolojik gelişmeler işletmelerde değişimleri beraberinde getirmiştir. Yaşanan gelişmeler ile birlikte işletmelerde farklı etnik kökenden çalışanlar bir araya gelmiş, işkolları çeşitlenmiş ve yeni çalışma şekilleri ortaya çıkmıştır. İşletmelerin böyle bir ortamda varlıklarını sürdürebilmeleri için yeniliklere açık, sosyal sorumluluk bilincinde ve etik değerleri kabullenen bir yapıda olmaları beklenmektedir. Bu çalışmanın amacı, sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen kriterlerin çok kriterli karar verme tekniklerinden birisi olan DEMATEL (Decision Making Trial and Evaluation Laboratory) yöntemi ile incelenmesidir. Çalışmaya literatür taraması sonucu sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen sekiz kriter dahil edilmiştir. Bu kriterler; örgüt kültürü, rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi, kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk şeklindedir. Çalışma kapsamında veriler Şubat ve Mart 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Veri toplama aşamasında kullanılan anket kriterlerin ikili karşılaştırılmalarına yönelik 56 sorudan oluşmaktadır. Verilerin analizi MSEXcel programında gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu çalışmada DEMATEL yöntemi sonucunda kriterler arası ilişki bakımından kriterlerin önem sıraları; kurumsal itibar, örgüt kültürü, örgütsel performans, sosyal sorumluluk, rol modeller, örgütsel güven, medyanın etkisi, algılanan baskı olarak bulunmuştur. Çalışmada kriterlerin etki durumları sonucu ise; örgüt kültürü, rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi kriterleri diğer kriterleri etkileyen konumda iken kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk kriterleri ise etkilenen konumda olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş etiği, DEMATEL, çok kriterli karar verme

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Today's globalization, technological developments have brought about changes in businesses. Along with the developments, different ethnic origins came together in enterprises, business lines were diversified and new ways of working emerged. In order for businesses to survive, they are expected to open innovations, aware of social responsibility and have ethical values. The aim of this study is to examine the criteria affecting business ethics in the health sector with the DEMATEL method. Eight criteria affecting work ethics in the health sector were determined by literature review. These criteria are; organizational culture, role models, perceived pressure, media influence, corporate reputation, organizational performance, organizational trust, social responsibility. Within the scope of study, data were collected between February-March 2022. The questionnaire used in the data collection phase consists of 56 questions for the pairwise comparison of the criteria. In this study, the order of importance the criteria in terms of the relationship between the criteria as a result of the DEMATEL method; corporate reputation, organizational culture, organizational performance, social responsibility, role models, organizational trust, media influence, perceived pressure. As a result of the effect status of the criteria in study; While the criteria of organizational culture, role models, perceived pressure, and influence of the media are in a position to affect other criteria.

Keywords: Business ethics, DEMATEL, multi-criteria decision making

¹Istanbul Medipol Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, eccezlan@medipol.edu.tr

Atf için (to cite): Cezlan, E. Ç. (2024). Sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerinin değerlendirilmesi: Bir DEMATEL uygulaması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 260-275.

Paper Type: Research

Giriş

Etik insanlara yapmaları ve yapmamaları gereken davranışlara yönelik önerilerde bulunmaktadır (Özdemir, 2008). İnsan davranışlarını etkilediği kadar toplumsal düzeyde de birtakım sonuçları bulunmaktadır. Etik, insanların davranışlarına rehberlik etmekle birlikte yönlendirmektedir (Yılmaz, 2022). Etik kavramı Yunanca “ethos” sözcüğünden türetilmiştir. Sözcük anlamı öncelikle “iyi insan olma” anlamına gelmektedir. Gaudet etiği, ahlaki davranışlar üzerine sürekli olarak düşünmek olarak ifade etmiştir. Temel anlamda bireylerin iyiliği ve refahı için ortaya konan davranışlarla ilgilenmektedir. Hem bireysel olarak hem de toplumsal düzeyde doğru olarak kabul edilen eylemler etiğin temel konusudur. Bu amaç doğrultusunda doğru davranışın sergilenmesi ile birlikte toplumun refahı ve iyiliği gözetilmektedir. Etiğin amacı, bireysel ya da grup olarak olaylar karşısında nasıl davranışlar sergilendiğini sürekli olarak sorgulanmasıdır. Etik kavramı kapsamında davranışlar incelenirken hangi davranışların yapılması gerektiği, iyi ve kötü davranışlar, yapılması doğru ve yanlış davranışlar şeklinde değerlendirilmektedir (Oral ve Çoban, 2021). Etik tarih, ekonomi, politika, kültür gibi pek çok alanda bireylerin davranışlarını yönlendirmektedir. İnsanlar toplumsal varlıklardır. Bunun neticesi olarak da hiçbir kişi bu değerler ve ilkelerden ayrı olarak değerlendirilememektedir (Erol, 2020).

Etik insanlara yapmaları ve yapmamaları gereken davranışlar konusunda önerilerde bulunan değerlerdir. Belirtilen bu değerler kendi içerisinde ödevler, ilkeler, erdemler ve toplumsal çıkarlar olmak üzere dört başlıkta incelemek mümkündür. Ödevler, bireylerin sahip oldukları roller kapsamında beklenen davranışları ifade etmektedir. İlkeler, davranışların şekillenmesinde rol alan temel doğrulardır. Erdem ise iyi insan olarak ifade edilen kişilerde bulunan özelliklerin tamamıdır. Toplumsal çıkarlar, toplumun büyük bir çoğunluğunun faydasına olan davranışları ifade etmektedir. Bu değerler toplamı etik davranışların genel bir çerçevesini oluşturmaktadır (Özdemir, 2008). İnsan etik değerlere sahip tek varlıktır. Etik kavramı bireylere barış ve düzen ortamı oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Etik kavramı bireylerin davranışları ile birlikte bireysel ve toplumsal düzeyde bir takım sonuçları olduğu düşüncesi ile ilişkilidir. Bu sebeple de etik geçmişten günümüze kadar etkili olduğu gibi gelecekte de bireylerin davranışlarını değerlendirme konusunda evrensel ilkelerdir (Tosun, 2021). Etik, insanların bulunduğu her yerde, her bir tarihi süreçte bulunmaktadır. Toplum tarafından veya geçmişte oluşturulan kurallar ile aynı toplumu ve bireyleri disipline etmektedir (Evkaya, 2019). Etik, bireylerin toplumsal düzeyde bir yaşam sürdürebilmelerinde nasıl kurallara uyacaklarına ilişkin olarak bilgi verir (Uzunöz, 2021).

İşletmeler açısından belirsizliklerin her geçen gün artması, yoğun merkezîyetçi yaklaşımlardan giderek uzaklaşılması, işletmeler tarafından alınan kararlar gibi pek çok etmen iş hayatında etiği önemli kılmaktadır (Çotul, 2019). İş etiği de iş ortamında doğruyu yanlış bilerek doğru olanı yapabilmek olarak ifade edilebilir. İşletmeler kar elde edebilmek amacıyla kurulmuş ekonomik kuruluşlardır. Bu ekonomik yapı içerisinde sosyal ilişkiler ve toplumsal hayat birbirinden ayrı olarak düşünülemez. İşletmeler buldukları toplumun geleneklerinden, alışkanlıklarından ve ahlaki yapısından etkilenmektedir. İş etiği, iş yaşamında mal ve hizmetlerin üretiminden başlayarak tüketimine kadar geçen tüm süreçlerde gerçekleşen doğru ve yanlışlar anlamına gelmektedir. İş yaşamında hem doğru hem de yanlış davranışlarla karşılaşmak mümkündür. Bu sebeple de iş etiği kavramı kapsamında iş yaşamındaki doğru ve yanlışlar ele alınmaktadır (Doğan, 2009).

İş etiği, iş yerinde neyin doğru ya da yanlış olduğuna odaklanan ahlaki bir yaklaşımdır (Doğan, 2009). İş etiği, iş yaşamındaki davranışları yönlendirici ve yol gösterici prensipler toplamı olarak ifade edilmektedir (Erturhan ve Filizöz, 2011). Günümüzde iş etiği kavramı giderek önem kazanmaktadır. Bu durumu tetikleyen bir takım unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlardan birisi nüfusun çoğalmasıdır. Nüfusun çoğalması ile birlikte istihdam ihtiyacında da

bir artış yaşanmaktadır. İstihdamın yeteri kadar sağlanmaması durumunda işsiz kesimler şiddete başvuracaktır. Bir diğer unsur ise küreselleşme sonucunda işletmelerin çok kültürlü bir hal almasıdır. Bu da işletme içerisinde etik sorunlara neden olabilmektedir. Bu gibi durumlarda da iş etiği devreye girmektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2008). İş etiği kavramı çalışanların yönetilmesi, adil olma, dürüstlük ve eşitlik kavramlarına odaklanmaktadır. İş yaşamında bir topluluk tarafından içselleştirilmiş ve inanılan davranışları kapsamaktadır (Gök, 2008).

İşletmelerin etik bir yaklaşımı benimsemesi sadece işletmeler için değil aynı zamanda işletmenin bulunduğu çevre ve toplum için de önemli bir etmendir. İş etiği işletmelerin karlılıklarını arttırmakta aynı zamanda çevrenin işletmeye olan güvenini arttırmaktadır. İşletmelerin sosyal sermayesini korumaktadır. İşletmeler verdikleri sözleri tuttukları, çevreye zarar vermedikleri görüldükçe uzun vadede rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar. Aynı zamanda iş etiği çalışanların performansını da olumlu etkilemektedir (Çotul, 2019).

Bu çalışmada sağlık sektöründe iş etiği dinamikleri çok kriterli karar verme tekniklerinden DEMATEL yöntemi ile incelenmiştir. İş etiği kavramı birden fazla kriterden etkilenmesi sebebiyle çok kriterli karar verme tekniklerinden DEMATEL yöntemi kullanılmıştır. Literatür incelendiğinde çok kriterli karar verme teknikleri kullanılarak iş etiğinin incelendiği tek bir çalışmaya rastlanmıştır. Eğilmez ve Savaş (2021) tarafından yapılan bu çalışma bankacılık sektöründe iş etiği dinamiklerinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Literatürde sağlık sektöründe iş etiğinin DEMATEL yöntemi ile incelendiği bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu yönü ile de çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen kriterlerin DEMATEL yöntemi ile incelenmesidir.

1. İş Etiği

İş etiği, iş yaşamında bulunan doğru ve yanlış davranışları ifade etmektedir. İş etiği kavramına yönelik iki farklı bakış açısı söz konusudur. Bu bakış açılarından birincisi, iş etiğini ahlak üzerinden tanımlamaya çalışmaktadır. Bu bakış açısı uygulamalı iş etiği şeklinde de adlandırılmaktadır. İkinci bakış açısı ise iş yaşamında insani değerleri nasıl daha iyi bir hale getirilebileceği ile ilgilidir. İyi ve kötü, doğru ve yanlış ile ilgili ilişkileri yani ahlaki değerlerin meta analizini, iş yaşamı kavramının araştırılmasını vurgulamaktadır. Bu yönü ile de normatif iş etiği olarak da adlandırılmaktadır (Bektaş ve Köseoğlu, 2008). İş etiği iş hayatındaki kuralları, toplumsal sorumluluk anlayışını ve paydaşlarla olan ilişkileri kapsamaktadır. İnsanlara yönelik adil bir yaklaşım ile birlikte işletmeye yönelik iyi duygular yaratarak bireyleri harekete geçirmek şeklinde ifade edilmektedir. İş etiği bir topluluk tarafından belirlenen ve kabul edilen davranışlara yönelik kurallardır. İş etiği tüm dünyada kabul gören, felsefe ve düşünmeye yönelik ilkeleri içermektedir (Gök, 2010).

İşletmelerin son dönemlerde iş etiğine olan ilgisinin nedenlerinden birisi iş dünyasının globalleşmesidir. İş etiği, iş yaşamındaki etik ilkeler, ahlak ya da etik çerçevede meydana gelen sorunları incelemektedir. İş etiği, etik kapsamında belirlenen ilkeleri değerlendirme ve bu ilkeleri iş yaşamında uygulayabilmektir (Gümüş ve Karta, 2021). İş etiği, işletmelerin etik ilkeler kapsamında kar elde edebilmelerini içermektedir. İş etiği ile birlikte işletmelerin itibarı ve rekabet edebilme gücünde bir artış görülmektedir. Ayrıca iş etiği çalışanlar, yöneticiler, müşteriler ve diğer tüm paydaşlar için olumlu sonuçları bulunmaktadır. Bu nedenle işletmelerin başarılı sonuçlar elde edebilmelerinde iş etiği ilkelerini değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu ilkeler; adaletli olmak, sadakat, zarar vermeme, güvenilir olmak, yükümlülük, yardımseverlik, kişisel gelişim, şükran, özgürlük ve saygı şeklindedir. Bu ilkelerin nasıl uygulanacağı da önemli bir konudur. İşletmelerin sahip oldukları politikalar ile birlikte iş etiği ilkeleri bir arada uygulanabilirse hem işletme içerisinde hem de dış çevre ile olan ilişkiler daha başarılı bir hal alacaktır (Kaya, 2019). Genel etik ilkelerden farklı olarak iş etiğinde kurallar iş hayatına göre oluşturulmaktadır (Yılmaz, 2011). İş etiği işletmelerin imajını, işletme içerisindeki eylemlerin

düzenlenmesi ve performansını arttırmak adına önemli bir husustur (Bektaş ve Köseoğlu, 2008). Günümüz şartlarında işletmelerin iş etiğine sahip olmaları onlara pek çok avantaj sağlamaktadır. Etik değerleri benimseyen işletmelerin bazı özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler; çalışanların fikirlerine değer verilmektedir, işletmenin sahip olduğu amaçlar ile dış çevre uyumludur, paydaşlarla etkili bir iletişim sağlanmaktadır, işletme için etik olarak ifade edilen davranışlar işletme sahiplerince de iyi olarak değerlendirilmektedir, sorumluluklar gerçekleştirilirken işletmenin faydasına olmasına özen gösterilmektedir, işletmenin dürüstlük, eşitlik, hakkaniyetli olmak gibi temel değerleri bulunmaktadır (Çotul, 2019).

İş yaşamı içerisinde işletmeler varlıklarını koruyabilmek istemektedirler. Günümüz şartlarında iş etiği oldukça önemli bir hal almıştır. Yaşanan gelişmeler ve iş etiğinin gerekliliğini vurgulayabilmek adına bazı örnekler ile açıklama yapılması uygun görülmüştür. Nüfusun giderek artması sonucu istihdam konusunda da ihtiyaç artmıştır. Yeterli istihdamın sağlanmaması durumunda işsiz kalan bireyler sosyal ve siyasi açıdan şiddete başvuracaktır. Bu durum da geleceği tehdit eden bir unsur olup iş etiğinin konusudur. Günümüz teknolojilerinin ürünü olarak askeri ve biyolojik gelişmeler iş dünyasının denetimindedir. Uygun sorumluluk bilincinde olunmaması dünyayı yok edebilecek kadar tehlike arz etmektedir. Farklı kültürlerden bireylerin bir arada çalışması etik ile ilgili yeni sorunları beraberinde getirmektedir. Birden çok kültürün bir arada olduğu böyle ortamlarda kültürlere saygılı olunmalıdır. Dünya genelinde dil, din, ırk, cinsiyet gibi konularda ayrımcılık önemli bir husustur. İş yaşamında ayrımcılığın yapılmaması adına iş etiği önemli bir kavramdır. Çevre kirliliğinin artması ile birlikte çevreye duyarlı işletmeler zorunlu bir hal almıştır. İşletmeler açısından etik konusunda yaşan bu boşluklara iş etiği ile çözüm bulmak mümkün olabilmektedir. Bu gibi etkenler neticesinde iş etiği giderek önem kazanmaktadır (Bektaş ve Köseoğlu, 2008).

Bu çalışmada sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen kriterlerin DEMATEL yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada sağlık sektöründe etik kavramının önem arz etmesi sebebiyle sağlık sektörü tercih edilmiştir. Çünkü sağlık sektöründe insan sağlığı gibi oldukça önemli bir konuya yönelik hizmet sunulmaktadır. Sağlık sektörü yıllar içerisinde her ne kadar ticari bir anlam kazansa da temelde insan sağlığına ve iyiliğine hizmet etmek bulunmaktadır (Sarıhan ve Yazar, 2021). Sarıhan ve Yazar (2021) tarafından yapılan çalışmada sağlık sektöründe karşılaşılan yönetim kaynaklı etik sorunlar incelenmiştir. Çalışma neticesinde etik sorunlar; yoğun çalışma koşulları, sağlık personelinin sayıca yetersizliği, malzemelerin yetersizliği ve kalitesizliği, takdir edilmeme, fiziki ortamların yetersizliği, döner sermayenin eşit olarak dağıtılmaması, sık personel değişimi olarak saptanmıştır (Sarıhan ve Yazar, 2021). Kayar ve Karaca Dedeoğlu (2021) tarafından yapılan çalışmada sağlık turizminde ortaya çıkan ya da çıkması muhtemel olan etik sorunlar incelenmiştir. Çalışmada sağlık turizmine aktarılan kaynaklar neticesinde yerel halkın sağlık hizmetlerine erişiminin zorlaşması gibi etik sorunların yaşanabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca kültür ve dil farklılığından kaynaklanan; mahremiyet, kişisel verilerin saklanması, yüksek fiyatlandırma ve aydınlatma konusunda etik ihlallerin olabileceği belirtilmiştir (Kayar ve Karaca Dedeoğlu, 2021). Tang vd., (2007) tarafından yapılan çalışmada nöroloji birimi hemşirelerinin karşılaştıkları etik sorunlar incelenmiştir. Hemşirelerin tedaviye yönelik görüş farklılıkları, tedavilerin seçiminde karşılaşılan finansal kısıtlılıklar, hemşirelerin sorumlulukları ile sahip oldukları yetkinliklerin uyuşmaması, hasta yakınlarının hemşirelerin yetkinliklerine saygı göstermemesi gibi etik sorunlar ile karşılaştıklarını belirtmişlerdir (Tang vd., 2007). Aitamaa vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada hemşire yöneticilerin karşılaştıkları etik sorunlar incelenmiştir. Çalışmada en yaygın etik sorunlar; kaynak tahsisi, yüksek kalitede sağlık hizmeti sunumu ve geliştirilmesine ilişkin sebeplerden kaynaklandığı saptanmıştır (Aitamaa vd., 2010). Sağlık hizmetleri sunumunda bir hastanın beklentisi yalnızca tıbbi olarak bir tanı almak ya da tedavi olmak değildir. Aynı zamanda kişi duygusal açıdan da sabır ve saygı çerçevesinde bir hizmet almak istemektedir. Bu noktada da etik devreye girmektedir (Cojocar ve Dermengi, 2021). İş etiği anlayışı işletmeler için önem arz etmektedir. İş etiği gerek işletme imajına olan pozitif etkisi ile gerekse de belirsizlikleri azaltmaya yönelik etkisi ile önemli bir kavramdır (Eğilmez ve Zeytinoğlu, 2021). Günümüzde teknolojik gelişmeler ve küreselleşme

ile birlikte fazla kazanma isteği iş etiğinin yok sayılmasına neden olabilmektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2008).

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde iş etiğinin işletmeler için oldukça önemli olduğu görülmektedir. Yapılan bir çalışmada iş etiği değerleri ve işletmenin sorunları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu sebeple iş etiği bilincinin düşük olduğu işletmelerde profesyonellikten uzak, finansal yönetimde yaşanan yetersizlikler gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır (Valentine vd., 2006). Marina ve Wahjono (2017) tarafından yapılan çalışmada hastanelerde iş etiğinin iş sürdürülebilirliğini sağladığı saptanmıştır (Marina ve Wahjono, 2017). Erdoğan ve Çelik (2019) tarafından yapılan çalışmada etik iklim ile hemşirelerin performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma neticesinde etik iklim ile çalışan performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Erdoğan ve Çelik, 2019). Yıldız (2009) tarafından yapılan çalışmada etik değerler çerçevesinde oluşturulan örgüt kültürünün sürekli olarak desteklenmesi neticesinde iş etiğinin işletmenin sahip olduğu örgüt kültürünün bir parçası olacağı sonucuna varılmıştır (Yıldız, 2009). Sağlık sektöründe yaşanan tıbbi ve teknolojik gelişmeler, hastalarla iletişimin kolaylaşması, sağlık hizmeti sunumunda etik dışı davranışların artması, yasal düzenlemelerin hızlı değişimi, ödemelerle ilgili yaşanan sorunlar, mesleki sorumluluk kapsamında ödenen sigortaların maliyetlerinin artması ve giderek hız kazanan rekabet neticesinde etik konusu sağlık sektörü için oldukça önemli bir hal almıştır (Hart, 2005; Olson, 1998). Sağlık sektörü gibi insan sağlığının söz konusu olduğu bir sektörde de iş etiği oldukça önemli bir konudur. Bu sebeple de bu çalışmada sağlık sektörü tercih edilmiştir. Bu kapsamda çalışmaya sekiz kriter dahil edilmiştir. İlgili kriterler Tablo 1’de yer almaktadır.

Örgüt kültürü, çalışanların tutumlarını ve davranışlarını yönlendiren, kurum için değerli olan olayları bireylere aktaran, çalışanların birlikte hareket etmesini sağlayan değerlerdir (Sezgin ve Bulut, 2013). Savuran (2011) tarafından yapılan çalışmada özel hastane çalışanlarının meslek etiği uygulamalarında örgüt kültürünün etkisi incelenmiştir. Çalışmada örgüt kültürü algısının etik davranışlar göstermeye yönelik tutumu etkilediği saptanmıştır (Savuran, 2018). Yıldız (2009) tarafından yapılan çalışmada etik değerler çerçevesinde oluşturulan bir örgüt kültürü neticesinde iş etiğinin de o kültürün bir parçası haline gelebildiği sonucuna varılmıştır (Yıldız, 2009). Bu nedenle de örgüt kültürü kriteri iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

Örgüt içerisinde etik bir iklim yaratılabilmesi için yöneticilerin de etik davranışlar sergileyen, adil, güvenilir ve dürüst kişiler olması beklenmektedir (Brown ve Treviño, 2006). Örgüt içerisinde kişileri etkileyen, onları yönlendirebilen rol modellerin sergiledikleri etik davranışların incelendiği bir çalışmada rol modellerin sergilediği etik davranışların örgüt içerisinde etik bir iklim oluşturulmasında önemli bir yeri olduğu saptanmıştır (Akdoğan ve Demirtaş, 2014). Rol modeller de örgüt içerisinde iş etiği ilkelerinin benimsenmesinde önemli birer etkidir. Bu nedenle rol modeller kriteri de iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

İşletmeler faaliyetleri gereği kimi zaman etik olarak kabul görmeyebilirler. Böyle durumlarda politik, yasal ve tüketici boykotları gibi bazı baskılara maruz kalırlar (Çabuk ve Şengül, 2005). James ve Hendrickson (2007) tarafından yapılan çalışmada ekonomik baskılar neticesinde etik dışı davranış sergileme konusunda daha toleranslı olduğu saptanmıştır (James ve Hendrickson, 2008). Sökmen (2016) bireylerin çevresel baskılar ya da zorluklar sebebiyle etik dışı davranışlar sergilemeye yönelebildiklerini belirtmiştir (Sökmen, 2020). Algılanan baskı iş etiğinin benimsenmesi hususunda önemli bir diğer etkidir. Literatürdeki çalışmalardan da yola çıkarak iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak rol modeller kriteri çalışmaya dahil edilmiştir.

Medya tüm dünyada toplumlar üzerinde oldukça etkileyici bir güce sahiptir. Böyle bir güç neticesinde etik kavramının önemi ortaya çıkmaktadır. Medya araçları toplumların haber

kaynaklarıdır (Çalışır, 2013). Hülür (2016) tarafından yapılan çalışmada medyanın sağlık iletişimine olan etkisi etik kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmada örnek bir sağlık haberi analiz edilmiştir. Haberde sonuçlanmamış bir çalışma abartılı ve yanıltıcı bir ifade ile sonuçlanmış şekilde aktarılmıştır (Hülür, 2016). Sağlık gibi insan hayatının söz konusu olduğu bir sektörde iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak medyanın etkisi kriteri de bu çalışmaya dahil edilmiştir.

Kurumsal itibar, bir işletmenin geçmişte yaptığı faaliyetleri, gelecekte yapabileceklerini ve işletmenin farklılığına yönelik bakış açısını ifade etmektedir. Kurumsal itibar ile birlikte işletmeler güven ve saygınlık kazanırlar (Carmeli ve Tishler, 2005). Kurumsal itibar ve etik kapsamında yapılan faaliyetler ile rekabet üstünlüğü sağlamak mümkündür (Thomas, 2007). Sayılı vd., (2009) tarafından yapılan çalışmada etik değerlerin kurumsal itibarı önemli düzeyde etkilediği saptanmıştır (Sayılı vd., 2009). Bu nedenle de kurumsal itibar kriteri iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

Örgütsel performans, işletmenin amaçlarını ne ölçüde gerçekleştirebildiğini ya da gerçekleştiremediğini ortaya koymak için yapılan değerlendirmelerdir (Bakoğlu, 2001). Bayraktaroğlu ve Ersoy Yılmaz (2012) tarafından yapılan çalışmada iş etiği ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır (Bayraktaroğlu ve Ersoy Yılmaz, 2012). Bu çalışmada da iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak örgütsel performans kriteri çalışmaya dahil edilmiştir.

Örgütsel güven, bir örgütün çalışanlarının belirsizlik durumunda ya da riskli bir olay karşısında örgütlerinin çalışan menfaatini gözetmeğe yönelik algılanan güvendir (Sayın, 2009). Büte (2011) tarafından yapılan çalışmada örgüt içerisindeki etik iklimin örgütsel güveni olumlu etkilediği saptanmıştır (Büte, 2011). Bu çalışmada da örgütsel güven kriteri iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

İşletmelerin toplumda gerçekleşen değişimlere karşı duyarsız olmaları mümkün değildir. İşletmeler kar elde edebilecekleri faaliyetlerde bile toplumsal fayda gözetmelidirler. İşletmelerin sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri uzun vadede işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için oldukça önemlidir (İşseveroğlu, 2001). Güven (2016) tarafından yapılan çalışmada sosyal sorumluluk kapsamında yapılan faaliyetler ile etik arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır (Güven, 2016). Bu nedenle de iş etiğini ilgilendiren bir boyut olarak sosyal sorumluluk kriteri çalışmaya dahil edilmiştir.

Literatür incelemesi neticesinde çalışmaya sekiz kriter dahil edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen kriterler Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1. Çalışmaya dahil edilen kriterler

İş Etiği Kriterleri	Kaynaklar
Örgüt Kültürü	Elgün, Çakıcı ve Çakıcı, 2021; Savuran, 2011; Yıldız, 2009
Rol Modeller	Akdoğan ve Demirtaş 2014; Sarıyıldız, 2019
Algılanan Baskı	Elgün vd., 2021; James ve Hendrickson 2007; Sökmen, 2016
Medyanın Etkisi	Bilgin ve Küçükazar, 2018; Hülür, 2016;
Kurumsal İtibar	Özel, 2017; Sayılı vd., 2009
Örgütsel Performans	Bayraktaroğlu ve Ersoy Yılmaz, 2012; Ertaş ve Orhan, 2022
Örgütsel Güven	Büte, 2011; Özel, 2017
Sosyal Sorumluluk	Atlıg, 2006; Gedük, 2017; Güven, 2016

2. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen kriterlerin DEMATEL yöntemi ile incelenmesidir. Çalışmada veriler literatür taraması sonucunda sağlık sektöründe örgütsel düzeyde etkili olan kriterlerden oluşan anket ile toplanmıştır. Çalışmaya çalışanlar ya da rakipler kapsamında etkili olan kriterler dahil edilmemiştir. Çalışmada kullanılan anket sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerini etkileyen örgütsel düzeydeki kriterlerden oluşmaktadır.

Bu kriterler; örgüt kültürü, rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi, kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk olarak belirlenmiştir (Akdoğan ve Demirtaş, 2014; Atlıg, 2006; Bayraktaroğlu ve Ersoy Yılmaz, 2012; Bilgin ve Küçükhasar, 2018; Büte, 2011; Elgün vd., 2021; Ertaş ve Orhan, 2022; Gedük, 2017; Güven, 2016; Hülür, 2016; James ve Hendrickson, 2007; Özel, 2017; Sarıyıldız, 2019; Savuran, 2011; Sayılı vd., 2009; Sökmen, 2016; Yıldız, 2009). Anket toplam 56 sorudan oluşmaktadır. Bu çalışma Şubat-Mart 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Toplam beş uzman görüşü alınmıştır. Uzman ekip; 1 profesör ve 4 doktor öğretim üyesi olmak üzere 5 akademisyenden oluşmaktadır. Uzmanlar belirlenirken alanında en az 5 yıllık deneyimi olmasına dikkat edilmiştir. Uzmanlardan ikisi tıp etiği alanında çalışmalar yapmaktadır. Üç uzman ise etik konusunda faaliyet gösteren bir derneğin üyeleridir. Uzmanların 4 tanesi ile online olarak, 1 tanesi ile yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeler yaklaşık olarak 60 dakika sürmüştür. Verilerin analizi MSEXcel programında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma için İstanbul Medipol Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu 23.12.2021 tarihli 1282 nolu kararına göre etik kurul onayı alınmıştır.

DEMATEL (Decision Making Trial and Evaluation Laboratory) yöntemi Gabus ve Fontela tarafından 1972 yılında geliştirilmiştir. DEMATEL yöntemi kapsamında kriterlerin birbirleri arasındaki nedensel ilişki belirlenmeye çalışılır. Çok kriterli karar verme tekniklerinden birisidir. DEMATEL yöntemi neticesinde kriterler arasındaki ilişkinin gücü ve seviyesi belirlenmeye çalışılır. Bu yöntem bir kriterin diğer kriterlerden etkilendiğini ya da etkilenmediğini ortaya koymaktadır. DEMATEL yöntemi neticesinde önemli ve diğer kriterleri etkilediği saptanan kriterde yapılacak bir iyileştirme sayesinde diğer kriterlerde de bir iyileşme olacaktır (Çelikkilek ve Özdemir, 2020). DEMATEL yöntemi toplam beş adımdan oluşmaktadır. Bu adımlar sırasıyla; direkt ilişki matrisinin elde edilmesi, direkt ilişki matrisinin normalizasyonunun yapılması, toplam ilişki matrisinin elde edilmesi, gönderici ve alıcı grubun oluşturulması, eşik değerlerin hesaplanması şeklindedir (Korucuk ve Memiş, 2019).

1. Adım: Direkt ilişki matrisinin elde edilmesi

Kriterler arasında bulunan ilişkinin ölçülebilmesi için uzman kişiler tarafından kriterlerin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Uzman kişiler tarafından kriterlerin ikili karşılaştırılmaları yapılırken sözel ifadeler kullanılmaktadır. Ancak problemin çözümü esnasında bu sözel değerlerin sayısal karşılıkları kullanılmaktadır. Bunun için de Tablo 2’de yer alan değerlerden yararlanılmaktadır (Çelikkilek ve Özdemir, 2020).

Tablo 2. DEMATEL yöntemi ikili karşılaştırma skalası

Sayısal Değer	Tanımı
0	Etki yok
1	Az etkili
2	Orta etkili
3	Yüksek etkili
4	Çok yüksek etkili

$$C = \begin{bmatrix} c_{11} & c_{1j} & c_{1n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ c_{i1} & c_{ij} & c_{in} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ c_{n1} & c_{nj} & c_{nn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

2. Adım: Direkt ilişki matrisinin normalizasyonunun yapılması

DEMATEL yöntemi kapsamında kriterlerin ikili karşılaştırmalarını gerçekleştiren uzman sayısının birden daha fazla olduğu durumlarda elde edilen değerlerin aritmetik ortalaması alınmaktadır. Daha sonra bu değerler köşegenleri 0 olacak şekilde matrise yerleştirilir. Bu sayede direkt ilişki matrisi elde edilmiş olmaktadır (Karaoğlu, 2016). Direkt

ilişki matrisinin satır ve sütunlarında bulunan her bir elemanın toplamı alınır. Ardından elde edilen değerler içerisindeki en büyük değer belirlenir. Direkt ilişki matrisindeki elemanlar belirlenen bu değere bölünür. Bu sayede direkt ilişki matrisinin normalizasyonu elde edilir (Çelikkbilek ve Özdemir, 2020).

$$x = \max \left[\max_j \langle \sum_{i=1}^n c_{ij} \rangle, \max_i \langle \sum_{j=1}^n c_{ij} \rangle \right] \quad (2)$$

$$NC = x^{-1}C \quad (3)$$

3. Adım: Toplam ilişki matrisinin elde edilmesi

Direkt ilişki matrisi birim matristen çıkarılmaktadır. Elde edilen matrisin tersi alınır ve direkt ilişki matrisi ile çarpılır. Bu işlem ile birlikte toplam ilişki matrisi elde edilmiştir (Karaoğlu, 2016).

$$T = NC + NC^2 + \dots + NC^k \quad (4)$$

$$T = \begin{bmatrix} t_{11} & t_{1j} & t_{1n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ t_{i1} & t_{ij} & t_{in} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ t_{n1} & t_{nj} & t_{nn} \end{bmatrix} \quad (5)$$

4. Adım: Gönderici ve alıcı grubun oluşturulması

Bu aşamada kriterler arasındaki ilişkide kriterler içerisinde hangisinin daha fazla etkilenen, hangisinin diğer kriterleri daha fazla etkileyen kriter olduğu bulunmaktadır (Çelikkbilek ve Özdemir, 2020). Bunun için toplam ilişki matrisinin satır toplamları alınır. Satır toplamları C_i ile gösterilmektedir. Bir kriterden diğer kriterlere direkt ya da dolaylı olarak gönderilen etkilerin toplamını ifade etmektedir. Daha sonra sütun toplamları alınır. Sütun toplamları R_i ile gösterilmektedir. Kriterlerden gelen toplam etkiyi göstermektedir (Korucuk ve Memiş, 2019).

$$c = [c_i]_{n \times 1} = [\sum_{j=1}^n t_{ij}] \quad (6)$$

$$r = [r_i]_{1 \times n} = [\sum_{i=1}^n t_{ij}] \quad (7)$$

5. Adım: Eşik değerlerin hesaplanması

C ve R değerlerinin toplamları ve farkları alınır. Bu değerlerin toplamları, kriterlerin önem düzeylerini belirleyebilmek için kullanılmaktadır. Farkları ise, kriterlerin etkilerini belirlemek için kullanılır. C ve R değerlerinin farkları neticesinde elde edilen değer 0'dan küçük ise diğer kriterlerden etkilendiği anlamına gelmektedir. Eğer elde edilen değer 0'dan büyükse bu da diğer kriterleri etkilediği anlamına gelmektedir. Eşik değer uzman kişiler tarafından belirlenen bir değerdir. Uzman kişilerin yetersiz kaldığı durumlarda toplam ilişki matrisinin ortalaması alınarak da eşik değer elde edilebilir (Çelikkbilek ve Özdemir, 2020).

3. Bulgular

Bu çalışmanın amacı, sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen kriterlerin DEMATEL yöntemi ile incelenmesidir. Çalışmada veriler literatür taraması sonucunda oluşturulan anket ile toplanmıştır. Anket sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerini etkileyen kriterlerden oluşmaktadır. Bu kriterler; örgüt kültürü, rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi, kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk olarak belirlenmiştir. Tablo 3'de kriterlere yer verilmiştir.

Tablo 3. İş etiği kriterleri

Kriter No	İş Etiği Kriterleri
K1	Örgüt Kültürü
K2	Rol Modeller
K3	Algılanan Baskı
K4	Medyanın Etkisi
K5	Kurumsal İtibar
K6	Örgütsel Performans
K7	Örgütsel Güven
K8	Sosyal Sorumluluk

Çalışma kapsamında toplam beş uzman görüşü alınmıştır. Bu sebeple de beş adet matris elde edilmiştir. Bu matrisleri tek bir matriste birleştirebilmek için değerlerin aritmetik ortalaması alınmıştır. Bu sayede direkt ilişki matrisi elde edilmiştir. Tablo 4'te direkt ilişki matrisi yer almaktadır.

Tablo 4. Direkt ilişki matrisi

Kriter No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
K1	0,00	3,00	3,20	2,40	3,40	3,80	3,00	3,80
K2	2,60	0,00	1,60	2,00	3,20	3,60	2,80	2,80
K3	3,00	2,40	0,00	2,00	2,80	2,40	1,80	2,00
K4	2,20	2,00	2,40	0,00	3,80	2,20	2,60	3,40
K5	2,80	2,60	2,20	3,00	0,00	2,40	3,40	4,00
K6	2,20	2,40	3,40	1,80	3,20	0,00	3,40	2,40
K7	2,40	2,80	1,40	1,40	2,20	2,80	0,00	2,20
K8	2,00	1,80	1,40	3,20	3,40	1,80	2,60	0,00

Direkt ilişki matrisinin satır ve sütunlarında bulunan her bir elemanın toplamı alınır. Ardından elde edilen değerler içerisindeki en büyük değer belirlenir. Direkt ilişki matrisindeki elemanlar belirlenen bu değere bölünür. Bu sayede direkt ilişki matrisinin normalizasyonu elde edilir (Çelikkalek ve Özdemir, 2020). Tablo 5'te direkt ilişki matrisinin normalizasyonu yer almaktadır.

Tablo 5. Direkt ilişki matrisinin normalizasyonu

Kriter No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
K1	0,00	0,13	0,14	0,11	0,15	0,17	0,13	0,17
K2	0,12	0,00	0,07	0,09	0,14	0,16	0,12	0,12
K3	0,13	0,11	0,00	0,09	0,12	0,11	0,08	0,09
K4	0,10	0,09	0,11	0,00	0,17	0,10	0,12	0,15
K5	0,12	0,12	0,10	0,13	0,00	0,11	0,15	0,18
K6	0,10	0,11	0,15	0,08	0,14	0,00	0,15	0,11
K7	0,11	0,12	0,06	0,06	0,10	0,12	0,00	0,10
K8	0,09	0,08	0,06	0,14	0,15	0,08	0,12	0,00

Direkt ilişki matrisi birim matristen çıkarılmaktadır. Elde edilen matrisin tersi alınır ve direkt ilişki matrisi ile çarpılır. Bu işlem ile birlikte toplam ilişki matrisi elde edilmiş olmaktadır (Karaoğlu, 2016). Tablo 6'da toplam ilişki matrisi yer almaktadır.

Tablo 6. Toplam ilişki matrisi

Kriter No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
K1	0,51	0,62	0,59	0,57	0,76	0,70	0,69	0,74
K2	0,53	0,42	0,46	0,48	0,66	0,60	0,60	0,62
K3	0,50	0,48	0,35	0,44	0,59	0,52	0,51	0,54
K4	0,51	0,50	0,48	0,40	0,67	0,55	0,59	0,64
K5	0,57	0,56	0,51	0,55	0,57	0,60	0,65	0,70
K6	0,52	0,52	0,52	0,47	0,65	0,46	0,62	0,60
K7	0,45	0,47	0,39	0,39	0,53	0,50	0,41	0,51
K8	0,46	0,45	0,40	0,48	0,60	0,48	0,53	0,45

Toplam ilişki matrisinin satır ve sütun toplamları alınır. Satır toplamları C_i ile gösterilmektedir. Sütun toplamları R_i ile gösterilmektedir. Tablo 7’de DEMATEL yöntemi neticesinde elde edilen kriterlerin önemleri ve birbirleri arasındaki etki durumları yer almaktadır.

Tablo 7. Kriterlerin önemleri ve birbirleri arasındaki etki durumu

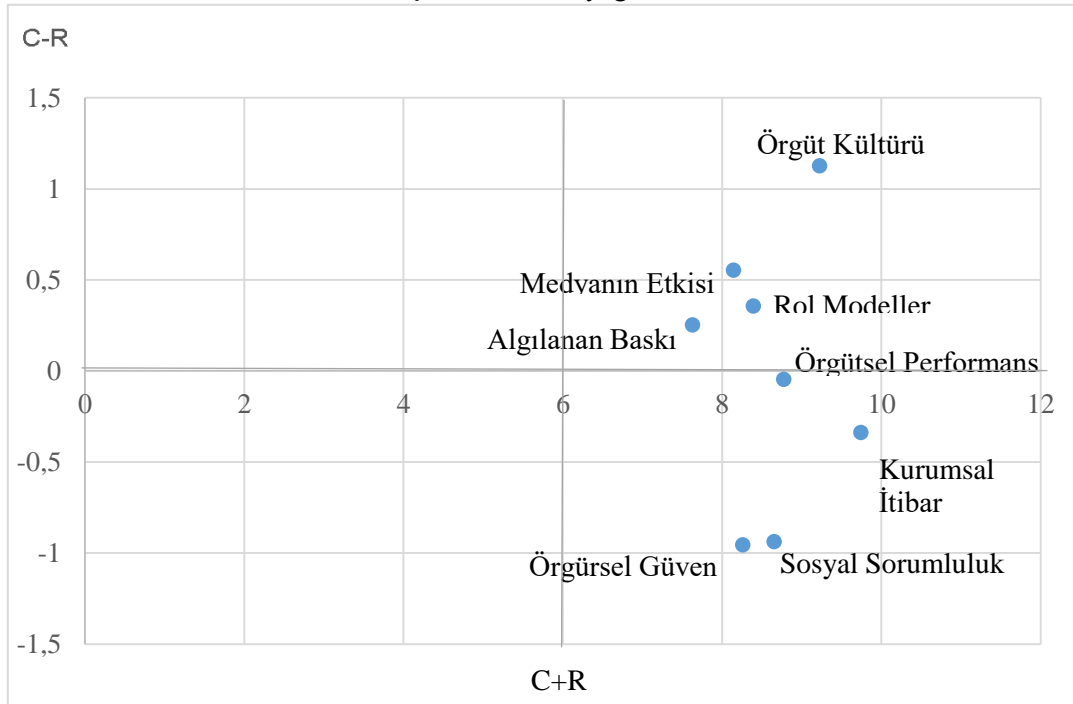
Kriterler	Kriter No	C_i	R_i	C_i+R_i	C_i-R_i
Örgüt Kültürü	K1	5,18	4,05	9,23	1,12
Rol Modeller	K2	4,37	4,02	8,39	0,35
Algılanan Baskı	K3	3,94	3,69	7,63	0,25
Medyanın Etkisi	K4	4,35	3,80	8,15	0,55
Kurumsal İtibar	K5	4,70	5,04	9,75	-0,34
Örgütsel Performans	K6	4,36	4,41	8,78	-0,05
Örgütsel Güven	K7	3,65	4,61	8,26	-0,96
Sosyal Sorumluluk	K8	3,86	4,80	8,66	-0,94

Tablo 6’da sağlık sektöründe iş etiğini etkileyen kriterlerin DEMATEL yöntemi sonucuna yer verilmiştir. Bu tabloda kriterlerin önemi, birbirlerini etkileme ve etkilenme durumları bulunmaktadır. DEMATEL yöntemi sonucunda kriterler arası ilişki bakımından kriterlerin önem sıraları; kurumsal itibar (9,75), örgüt kültürü (9,23), örgütsel performans (8,78), sosyal sorumluluk (8,66), rol modeller (8,39), örgütsel güven (8,26), medyanın etkisi (8,15), algılanan baskı (7,63) olarak bulunmuştur.

Örgüt kültürü, rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi kriterlerinin C_i-R_i değerleri pozitif olarak bulunmuştur. Değeri pozitif olarak bulunan bu kriterlerin diğer kriterleri etkileyen konumda olduğu saptanmıştır. C_i-R_i değeri negatif olan kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk kriterleri ise etkilenen konumda olduğu saptanmıştır.

Etkileyen ve etkilenen kriterlerin daha anlaşılır şekilde gösterilmesi için etki diyagramı çizilmiştir. Bu diyagram çizilirken Tablo 7’de yer alan C+R ve C-R değerlerinden yararlanılmıştır. Bu diyagramda dikey eksen C-R değerleri, yatay eksen C+R değerleri yer almaktadır. Elde edilen etki diyagramı Şekil 1’de yer almaktadır.

Şekil 1. Etki diyagramı



Çalışmada etkilenen ve etkileyen durumdaki kriterlerin daha iyi şekilde anlaşılabilmesi için etki diyagramı çizilmiştir. Kriterlerin birbirleri arasındaki etkileşimi görebilmek için kriterler arası ilişki haritasının çizilmesi gerekmektedir. Ancak bu çalışmadaki kriter sayısının fazla olması ve kriterlerin birbirini etkileme durumunun fazla olması sebebiyle ilişki haritası çizilmemiştir. Bu ilişkiler Tablo 6'da yer alan toplam ilişki matrisinde koyu renkle gösterilmiştir. Kriterlerin birbirleri üzerindeki etkisini inceleyebilmek için öncelikle eşik değer hesaplanmıştır. Bunun için toplam ilişki matrisindeki değerlerin ortalamaları alınmıştır. Bu çalışmada eşik değer 0,5377 olarak bulunmuştur. Ardından eşik değer ile birlikte kriterler arasındaki etkileyen ve etkilenen ilişkisine bakılmıştır. Eşik değer üzerinde yer alan değerler Tablo 6'da koyu renkle gösterilmiştir.

Çalışma neticesinde örgüt kültürü kriterinin; rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi, kurumsal itibar, örgütsel performans, sosyal sorumluluk kriterlerini etkileyen durumda olduğu saptanmıştır. Rol modeller kriterinin; kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk kriterlerini etkileyen durumda olduğu saptanmıştır. Algılanan baskı kriteri yalnızca kurumsal itibar ve sosyal sorumluluk kriterini etkilediği görülmüştür. Medyanın etkisi kriteri; kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk kriterlerini etkilediği saptanmıştır. Kurumsal itibar kriteri; örgüt kültürü, rol modeller, medyanın etkisi, kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven ve sosyal sorumluluk kriterlerini etkilediği saptanmıştır. Örgütsel performans; kurumsal itibar, örgütsel güven ve sosyal sorumluluk kriterlerini etkilediği görülmüştür. Son olarak sosyal sorumluluk kriterinin ise kurumsal itibar kriterini etkilediği saptanmıştır.

Tartışma ve Sonuç

İş etiği gerek işletme imajına olan pozitif etkisi ile gerekse de belirsizlikleri azaltmaya yönelik etkisi ile önemli bir kavramdır. Günümüzde teknolojik gelişmeler ve küreselleşme ile birlikte fazla kazanma isteği iş etiğinin yok sayılmasına neden olabilmektedir (Eğilmez ve Savaş, 2021). Ancak nüfusun artması, yeterli istihdamın sağlanamaması, globalleşme ve bunun neticesinde farklı kültürlerden insanların bir arada çalışması gibi pek çok faktör sebebiyle iş etiği önemli bir hal almaktadır. Ayrıca işletmelerin günümüz rekabetçi ortamında çevreye duyarlı bir yaklaşım izlemeleri beklenmektedir. Bu gibi faktörler iş etiğinin konusudur. İş etiği işletmelerin imajını, işletme içerisindeki eylemlerin düzenlenmesi ve performansını arttırmak adına önemli bir husustur (Bektaş ve Köseoğlu, 2008). Günümüz şartlarında işletmelerin iş etiğine sahip olmaları onlara pek çok avantaj sağlamaktadır (Çotul, 2019). İş etiği, iş hayatındaki etik ilkeler ve ahlak kapsamında meydana gelen durumları incelemektedir. İş etiği, etik kapsamında belirlenen ilkeleri değerlendirmekte ve bu ilkelerin iş yaşamında uygulanması ile ilgilenmektedir (Gümüş ve Karta, 2021). İş etiği, işletmelerin etik ilkeleri benimseyerek kar edebilmelerini içermektedir. İş etiği sayesinde işletmelerin itibarı ve rekabet edebilme gücünde bir artış görülmektedir. Ayrıca iş etiğinin çalışanlara, yöneticilere, müşterilere ve diğer tüm paydaşlara yönelik olarak olumlu sonuçları bulunmaktadır. Bu nedenle işletmelerin yoğun rekabet ortamında başarılı sonuçlar elde edebilmeleri için iş etiği ilkelerini değerlendirmeleri gerekmektedir (Yılmaz, 2011).

Bu çalışma, sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerinin DEMATEL yöntemi ile incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışma neticesinde kriterlerin önem sıraları; kurumsal itibar, örgüt kültürü, örgütsel performans, sosyal sorumluluk, rol modeller, örgütsel güven, medyanın etkisi, algılanan baskı olarak bulunmuştur. Kriterlerin birbirini etkileme durumları incelendiğinde örgüt kültürü, rol modeller, algılanan baskı, medyanın etkisi kriterlerinin diğer kriterleri etkileyen konumda olduğu saptanmıştır. Kurumsal itibar, örgütsel performans, örgütsel güven, sosyal sorumluluk kriterlerinin etkilenen konumda olduğu saptanmıştır. Kurumsal itibar, örgüt kültürü ve örgütsel performans kriterlerinin sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerinin incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada en etkili üç kriter oldukları saptanmıştır. Bu kriterler değerlendirildiğinde işletmelere iş etiği kapsamında büyük bir pay düştüğü görülmektedir.

Sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerinin incelendiği bu çalışmada örgütsel performans kriteri önem düzeyi olarak üçüncü sırada yer almıştır. Bu sonuç literatür ile benzerlik göstermektedir. Bayraktaroğlu ve Yılmaz (2012) tarafından yapılan çalışmada iş etiği ile örgütsel performans arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada iş etiği ile örgütsel performans arasında pozitif ilişki olduğu saptanmıştır (Bayraktaroğlu ve Yılmaz, 2012). Tarım ve ark. (2014) tarafından yapılan çalışmada hastane çalışanlarının iş etiği yaklaşımları ile örgütsel performans arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya hastanede çalışan 207 kişi katılım göstermiştir. Çalışma neticesinde iş etiği ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü ilişki olduğu saptanmıştır (Tarım, Zaim ve Torun, 2014). Ertaş ve Orhan (2022) tarafından İstanbul'da özel bir hastanede yapılan çalışmada çalışanların ahlaki tutumlarının örgütsel performansı pozitif etkilediği saptanmıştır. Benzer bir çalışma da Marina ve Wahjono (2017) tarafından yapılmıştır. Çalışmada hastanelerde iş etiğinin iş sürdürülebilirliğini sağladığı saptanmıştır (Marina ve Wahjono, 2017). Erdoğan ve Çelik (2019) tarafından yapılan çalışmada ise etik iklim ile hemşirelerin performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma neticesinde etik iklim ile çalışan performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Erdoğan ve Çelik, 2019). Ahmed, Vveinhardt ve Streimikiene (2017) tarafından yapılan çalışmada ilaç sektöründe iş etiğinin örgütsel performansı pozitif etkilediği saptanmıştır (Ahmed, Vveinhardt ve Streimikiene, 2017). Literatürde yer alan çalışmalar ile bu çalışmanın sonuçları benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada da örgütsel performans kriteri önem düzeyi itibarıyla üçüncü sırada yer almaktadır. Çalışmamızın sonucundan farklı olarak Derin (2017) tarafından yapılan çalışmada iş etiği ile medikal firmaların örgütsel performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışma Malatya'da bulunan medikal firmaların sahiplerinin ve ortaklarının katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda örgütsel performans ile iş etiği arasında çok düşük düzeyde negatif bir etki olduğu sonucuna varılmıştır (Derin, 2017). Bu sonucun çalışmaya katılan gruplar arasındaki farklılıktan kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Kurumsal itibar kriteri sağlık sektöründe iş etiği dinamiklerinin incelendiği bu çalışmada en etkili kriter olarak saptanmıştır. Ayrıl ve Saracel (2021) tarafından yapılan çalışmada etik iklimin kurumsal itibarı anlamlı ve pozitif yönde etkilediği saptanmıştır (Ayrıl ve Saracel, 2021). Sayılı vd., (2009) tarafından yapılan çalışmada da literatürle benzer şekilde etik değerlerin kurumsal itibarı etkilediği saptanmıştır (Sayılı vd., 2009). Tuna (2016) tarafından İstanbul'da bulunan dört özel hastanede yapılan çalışmada da kurumsal itibar ve kurumsal etik arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır (Tuna, 2016). Bu çalışmada da kurumsal itibar kriteri diğer bütün kriterleri etkileyen konumda olmasıyla önemli bir kriter olarak saptanmıştır. Altan (2019) tarafından yapılan çalışmada sosyal sorumluluk, iş etiği, marka tutumu ve satın alma arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma 18 yaşın üzerinde, Nivea markasını bilen kişilerin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda iş etiği, sosyal sorumluluk ve marka tutumu arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu saptanmıştır (Altan, 2019). Literatür ile benzer olarak bu çalışmada da sosyal sorumluluk kriterinin önem düzeyi yüksek olarak bulunmuştur. Özbey ve Selvi (2014) tarafından yapılan çalışmada iş etiğinden bahsedebilmek için örgüt kültürü ile entegre bir yaklaşım izlenmesi gerektiği ifade edilmiştir (Özbey ve Selvi, 2014). Savuran (2018) tarafından özel bir hastanede yapılan çalışmada örgüt kültürü algısının örgütsel etik iklimi etkilediği saptanmıştır. Bu çalışmada da belirlenen sekiz kriter içerisinde örgüt kültürü ikinci sırada yer almıştır. Aynı zamanda diğer bütün kriterleri etkileyen konumda yer almaktadır. Sarıyıldız (2019) tarafından yapılan çalışmada sağlık kuruluşlarında rol modellerin iş etiği konusunda önemli bir etken oldukları ifade edilmiştir. Bu çalışmada da iş etiği kapsamında yapılan değerlendirmede rol modeller kriterinin diğer kriterleri etkileyen konumda olduğu saptanmıştır.

İş etiği konusunda sağlık çalışanlarına yol gösterilmelidir. Buna yönelik olarak sağlık çalışanlarına iş etiği ile ilgili eğitimler verilmelidir. Sağlık sektörü insan sağlığı gibi önemli bir alana hizmet etmektedir. Bu sebeple de iş etiği bu sektörde önem arz etmektedir. Sağlık kuruluşlarında iş etiği ile ilgili bir kültür oluşturulmalıdır. İş etiğinin sağlık kuruluşlarında yaygınlaştırılabilmesi adına etik davranışlar sergileyen rol modeller ön plana çıkarılmalıdır. Bu

sayede diğer çalışanları da etik davranışlar sergileme konusunda etkileyebilme fırsatları olacaktır. Sağlık kuruluşlarında örgüt kültürünü etik ilkeler çerçevesinde yapılandırmak isteyen yöneticiler iş etiğine profesyonel bir yaklaşım göstermelidirler. Üniversitelerde ders içeriklerine iş etiği konusu eklenebilir. Bu sayede gelecekte sağlık yöneticisi ya da sağlık çalışanı konumda olacak bireyler için iş etiği farkındalığı oluşturulabilir. Uzun vadede etik konusunda duyarlı bir toplum için de faydalı olacaktır. Çalışmaya yalnızca literatür taraması neticesinde elde edilen kriterler dahil edilmiştir. Gelecek çalışmalarda literatür taramasına ek olarak uzman görüşleri de alınabilir. Bu çalışma sağlık sektöründe iş etiği dinamikleri incelenmiştir. Gelecek çalışmalarda farklı sektörlerde de çalışma tekrarlanabilir. Birden fazla sektörde çalışma yapılarak sektörler arasındaki farklılıklar ve benzerlikler ortaya konulabilir.

Kaynakça

- Ahmed, R. R., Vveinhardt, J., ve Streimikiene, D. (2017). Exploring multidimensional view of intellectual capital and business ethics on organizational performance by using bootstrapping method: evidence from Pakistani pharmaceutical industry. *Montenegrin Journal of Economics*, 13(1), 7-33.
- Aitamaa, E., Leino-Kilpi, H., Puukka, P. ve Suhonen, R. (2010). Ethical problems in nursing management: the role of codes of ethics. *Nurs Ethics*, 17(4), 469-482.
- Akdoğan, A. ve Demirtaş, Ö. (2014). Etik liderlik davranışlarının etik iklim üzerindeki etkisi: örgütsel politik algılamaların aracı rolü. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16(1), 107-123.
- Altan, T. (2019). *Genel kurumsal sosyal sorumluluk algısı ve genel iş etiği algısının marka tutumu ve satın alma niyetine etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Atlıg, N. S. (2006). *İş etiği, sosyal sorumluluk ve ilaç sektöründen uygulamalar* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayral, G. ve Saracel, N. (2021). Etik iklimin kurumsal itibar ve kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2376-2395.
- Bakoğlu, R. (2001). Örgütsel performans kavramı ve gelişimi. *Öneri Dergisi*, 4(15), 39-45.
- Bayraktaroğlu, S. ve Yılmaz, S. E. (2012). İnsan kaynakları yönetiminde iş etiği uygulamaları ile örgütsel performans arasındaki ilişki: Fortune Türkiye en büyük 500 şirket örneği. *İş Ahlakı Dergisi*, 5(10), 117-148.
- Bektaş, Ç. ve Köseoğlu, A. (2008). İş etiği ve iş etiğinin yayılım süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 145-158.
- Bilgin, R. ve Küçükhazar, M. (2018). Türkiye’de kamu sağlık kuruluşlarında yaşanan etik dışı davranışlar ve uygulamaların genel görünümü. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 119-140.
- Brown, M. N. ve Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: a review and future directions. *Leadership Quarterly*, (17), 595-616.
- Büte, M. (2011). Etik İklim, Örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 171-192.
- Carmeli, A. ve Tishler, A. (2005). Perceived organizational reputation and organizational performance: an empirical investigation of industrial enterprises. *Corporate Reputation Review*, 8(1), 13-20.

- Cojocaru, M. ve Dermengi, A. G. (2021). Business ethics in medical practice. A. Grigorescu ve V. Radu (Ed), *Lumen Proceedings:Vol. 15. 2nd International Conference Global Ethics - Key of Sustainability* içinde (s. 113-124). Romania: LUMEN Publishing House.
- Çabuk, S. ve Şengül, S. (2005). İşletme yöneticilerinin mesleki değerlerinin ve demografik özelliklerinin işletme etiği üzerindeki etkisi: Türkiye’de büyük ölçekli sanayii işletmeleri üzerine bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 171-180.
- Çalışır, G. (2013). Medya ve etik. C. Vatandaş (Ed), *Bilim ve Ahlak* içinde (s. 223-242). Açılım Kitap.
- Çelikbilek, Y. ve Özdemir, M. (2020). *Çok kriterli karar verme yöntemleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çotul, A. (2019). İş etiğinin kurumsallaşmasının işletmeler açısından önemi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 81-88.
- Derin, N. (2017). Medikal firmalarda iş etiği anlayışının finansal performansa etkisi. *İş Ahlakı Dergisi*, 10(2), 203-221.
- Doğan, N. (2009). İş etiği ve işletmelerde etik çöküş. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(16), 179-200.
- Eğilmez, Ö ve Savaş, B.N. (2021). İş etiği dinamiklerinin DEMATEL yöntemi ile incelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 1580-1600.
- Eğilmez, Ö. ve Zeytinoğlu, N. (2021). Kişisel ve kurumsal itibar bağlamında tepe yöneticisi (ceo) itibarının önemi üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(32), 1316-1338.
- Elgün, R. F., Çakıcı, A., ve Çakıcı, C. (2021). İlaç sektöründe etiğin kurumsallaşması: satış temsilcilerinin algıları üzerine bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(43), 343-360.
- Erdoğan, P. ve Çelik, A. (2019). Sağlık sektöründe etik iklim oluşturmanın hemşirelerin performansına etkisi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 6(2), 105-113.
- Erol, E. (2020). Ahlak ve etik ile ilgili temel kavramlar ve teoriler. A. İlğan (Ed.), *Eğitimde Ahlak ve Etik* içinde, (ss. 1-24). Ankara: Pegem Akademi.
- Ertaş, A. ve Orhan, M. (2022). İş ahlakı uygulamalarının örgütsel performansa etkisi: özel hastaneler üzerine bir saha araştırması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 905-918.
- Erturhan, H., ve Filizöz, B. (2011). İş etiği ve bankacılık sektöründe bir araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 139-157.
- Evkaya, C. (2019). *Lise öğretmenlerinde iş etiği ve iş tatmini algısının karşılaştırmalı analizi: İstanbul ili Pendik ilçesi örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Gedük, E. A. (2017). Hastanelerde kurumsal sosyal sorumluluğun önemi. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 4(2), 136-141.
- Gök, S. (2008). İş etiği ile iş ahlâkı arasındaki ilişki ve çalışma yaşamında iş etiğini etkileyen faktörler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-19.
- Gök, S. (2010). Çalışma yaşamında iş etiği: bir alan araştırması. *Journal of Social Policy Conferences*, 0(57), 549-577.

- Gümüş, A., ve Karta, T. K. (2021). İş etiği algılarının üniversite öğrencileri bazında değerlendirilmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 276-285.
- Güven, S. (2016). Kurumsal iletişim bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk ve etik ilişkisi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (26), 133-154.
- Hart, S. (2005). Hospital ethical climates and registered nurses turnover intentions. *Journal of Nursing Scholarship*, (37), 173-177.
- Hülür, A. B. (2016). Sağlık iletişimi, medya ve etik: bir sağlık haberinin analizi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 155-178.
- İşseveroğlu, G. (2001). İşletmelerde sosyal sorumluluk ve etik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 55-67.
- James, H. S. ve Hendrickson, M. K. (2008). Perceived economic pressures and farmer ethics. *Agricultural Economics*, 38(3), 349-361.
- Karaoğlu, S. (2016). DEMATEL ve VIKOR yöntemleriyle dış kaynak seçimi: otel işletmesi örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, (55), 9-24.
- Kaya, S. (2019). Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik iş etiği tutumları. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 2(1), 38-46.
- Kayar, A. ve Karaca Dedeoğlu, A. (2021). Sağlık turizminde etik sorunları. *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 8(4), 178-186.
- Korucuk, S., ve Memiş, S. (2019). Yeşil liman uygulamaları performans kriterlerinin DEMATEL yöntemi ile önceliklendirilmesi: İstanbul örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 134-148.
- Marina, A. ve Wahjono, S. I. (2017). Business ethics for business sustainability in Muhammadiyah Hospital: evidence from Ponorogo, Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 32(3), 178 – 189.
- Olson, L. L. (1998). Hospital nurses' perceptions of the ethical climate of their work setting. *Image Journal of Nursing Scholarship*, 30(4), 345-349.
- Oral, B., ve Çoban, A. (2021). Temel Kavramlar. B. Oral, A. Çoban, ve M. Bars (Ed.). *Eğitimde Ahlak ve Etik içinde*, (ss. 1-34). Pegem Akademi.
- Özbey, D., ve Selvi, Y. (2014). Kurumsal itibarın ölçümü: bir model önerisi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 25(76), 135-159.
- Özel, A. F. (2017). *Sağlık çalışanlarının etik iklim algısının örgütsel güven ve bireysel performans etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Özdemir, M. (2008). Kamu yönetiminde etik. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 179-195.
- Sarıhan, M. ve Yazar, O. (2021). Sağlık sektöründe yönetsel etik kaygılar. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (27), 267-282.
- Sarıyıldız, Y. (2019). Sağlık sektöründe çalışanların iş etiğini değerlendirmeleri. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 980 - 1006.
- Savuran, İ. (2018). *Özel hastane çalışanlarının mesleki etik kuralları uygulama eğilimlerinde örgüt kültürünün etkisi: 50 yataklı özel bir hastanede araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Altınbaş Üniversitesi, İstanbul.
- Sayın, U. (2009). *Güven: işletmelerde algılanan örgütsel adalet ve iş tatmini arasındaki ilişkide bir aracı – bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

- Saylı, H., Ağca, V., Kızıldağ, D. ve Uğurlu, Y. (2009). Etik, kurumsal itibar ve kurumsal performans ilişkisini belirlemeye yönelik ilk 500 işletme içinde yapılmış bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 171-180.
- Sezgin, M. ve Bulut, B. (2013). Örgüt kültürü ve halkla ilişkiler. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 182-194.
- Sökmen, A. (2020). Etik liderliğinin tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolü: kamu sektöründe bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4), 3467-3481.
- Tang, P. F., Johansson, C., Wadensten, B., Wenneberg, S. ve Ahlström, G. (2007). Chinese nurses' ethical concerns in a neurological ward. *Nurs Ethics*, 14(6), 810-824.
- Tarım, M., Zaim, H., ve Torun, Y. (2014). İş ahlakı uygulamalarının hastane performansına etkisi: kamu hastaneleri üzerine bir saha çalışması. *İş Ahlakı Dergisi*, 7(2), 121-153.
- Thomas, D. E. (2007). How do reputation and legitimacy affect organizational performance? *International Journal of Management*, 24(1), 108-116.
- Tosun, H. (2021). Sağlık bakım uygulamalarında etik duyarlılık. *Sağlık ve Yaşam Bilimleri Dergisi*, 3(1), 101-104.
- Tuna, Ö. (2016). *Kurumsal etik ve kurumsal itibar ilişkisi üzerine özel sağlık kurumlarında bir araştırma*. IV. Örgütsel Davranış Kongresi, Adana.
- Uzunöz, E. (2021). *Duygusal zekânın etik davranış üzerine etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bartın.
- Valentine, S., Godkin, L., Cyron, E., ve Fleischman, G. (2006). Perceived ethical values and small business problems in Poland. *Business Ethics: A European Review*, 15, 76-85.
- Yıldız, G. (2009). *İş etiğinin kurumsallaşmasında örgüt kültürünün etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yılmaz, E. (2022). *Hastane çalışanlarında etik liderlik algısının çalışan sesliliği ve psikolojik güçlendirme üzerine etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Yılmaz, A. (2011). Yöneticilerin iş etiği yaklaşımlarının incelenmesi: bir Organize Sanayi Bölgesi'nde uygulama. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 161-190.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: İstanbul Medipol Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu

Tarih: 23.12.2021

No: 1282



Tarihi Türküler Bağlamında Şıpka Muharebeleri*

Shipka Battles in the Context of Historical Folk Songs

Dr. Nursel DEMİRDEN¹, Prof. Dr. Fatma Gülay MİRZAOĞLU SIVACI²

Öz

Osmanlı Devleti, 19.yüzyılda Batı'daki topraklarının önemli bir bölümünü çeşitli savaşlarda kaybetmiştir. Yaşanan zorlu muharebeleri bünyesinde bulunduran 93 Harbi (1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı) bu savaşlardandır. Osmanlı'nın Batı'daki topraklarının bir bölümünü kaybettiği savaşta, Şıpka Geçidi önemli gelişmelere sahne olmuştur. Osmanlı ve Rus orduları Şıpka Muharebelerinde önemli kayıplar vermiştir. 93 Harbi ve içerisinde yaşanan Şıpka Muharebeleri, günümüzde bir kısmı yaşamaya devam eden çeşitli türkülere de konu oluşturmuştur. Anadolu ve Balkan coğrafyasında söylenmeye devam eden türkülerde savaşın sosyal boyutu, cephe gerisinde yaşanan hayat ve cepheye dair bilgiler yer almaktadır. Sözlü kültür ürünü olan türküler yoluyla bu bilgiler gelecek kuşaklara taşınmaya ve sözlü tarihe kaynak oluşturmaya devam etmektedir. Türkülerin sözlü tarih araştırmaları için kaynak oluşturması konusu, üzerinde çok fazla araştırma yapılmamış, araştırılmaya muhtaç bir konudur. Çalışmanın çıkış noktası, halk bilimi ve tarih disiplinlerinin, akademik açıdan üzerinde durmadığını tespit ettiğimiz Şıpka türkülerinin, kültürel ve sözlü tarih kaynağı olarak değerine vurgu yapılmasıdır. Makalede; Şıpka Muharebeleri'ni anlatan türkü metinlerinden hareketle, söz konusu türkülerin odak noktasını oluşturan tarihi olaylar ve bunların türkülere yansımaları ele alınmaktadır. Ayrıca, bu çalışmada, literatürden elde edilen bilgi, metin ve görsel verilerden yararlanılarak Şıpka muharebelerinin gerçekleştiği fiziki, siyasi, sosyal koşullar tespit edilmekte; bu koşulların metinlerde hangi ifadelerle dile getirildiği ortaya konulmaktadır. Buna ek olarak, türkü metinlerinin yazılı tarih kaynaklarıyla uyumu, günümüzde canlı olarak varlığını koruma durumu, yapısal ve müzikal özelliklerinin tespiti amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şıpka Geçidi, tarihi türkü, türkü, 93 Harbi, Osmanlı-Rus Savaşı

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The Ottoman Empire lost a significant part of its territory in the West in various wars in the 19th century. The 93 War (1877-1878 Ottoman-Russian War), which includes the difficult battles, is one of these wars. In the war in which the Ottoman Empire lost part of its territory in the West, the Shipka Pass witnessed significant developments. The Ottoman and Russian armies suffered significant losses in the Battles of Shipka. 93 War and the Battles in Shipka have also been the subject of various types of folk songs, some of which continue to live today. In the folk songs that continue to be sung in Anatolia and the Balkan geography, there are information about the social aspect of the war, the life behind the battlefield and in the battlefield. Through folk songs, which are the products of oral culture, this information continues to be carried to future generations and to form a source for oral history. The issue of Turkish folk songs creating resources for oral history research is an issue that has not been researched much and needs to be researched. The starting point of the study is to emphasize the value of Shipka folk songs, which we have determined that folklore and history disciplines do not emphasize academically, as a source of cultural and oral history. Based on the folk song texts describing the Battles of Shipka, the historical events that constitute the focus of these folk songs and their reflection on the folk songs are discussed in the article.

*Bu çalışma, Prof. Dr. Fatma Gülay MİRZAOĞLU SIVACI danışmanlığında Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı'nda Nursel DEMİRDEN tarafından hazırlanan "Tarihi ve Sosyokültürel Bağlamda Türkiye Sahası Tarihi Türküleri" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir. Söz konusu tez çalışması, yürütücülüğünü Prof. Dr. Fatma Gülay MİRZAOĞLU SIVACI'nın yaptığı, TÜBİTAK/SOBAG 1001 kapsamında desteklenen, 121K281 no'lu "Anadolu ve Balkan Coğrafyası Tarihi Türkülerinin Metin-Olay-Mekân Analizi" adlı projenin çıktılarından.

¹Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, nurseldemirdenn@gmail.com

²Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, gulaym@hacettepe.edu.tr

In addition, in this study, physical, political and social conditions in which Shipka battles took place are determined by using the information, text and visual data obtained from the literature; it is revealed with which expressions these conditions are expressed in the texts. In addition, it is aimed to determine the compatibility of folk song texts with written historical sources, the status of preserving their existence alive today, and their structural and musical characteristics.

Keywords: Shipka Pass, historical folk song, folk song, 93 War, Ottoman-Russian War

Paper Type: Research

Giriş

Halk edebiyatı ve müziğinin önemli bir türünü oluşturan türküler, halkın yaşadığı ferdi ve toplumsal olayların izlerini taşır. Dünyanın çeşitli yerlerinde icra edilen balad türünün belli bir hikâye içermesi, kişi ve olaylara dair bilgi taşıması, hikâye içeren şiirsel yapısının müzikle birleşerek bir bütün oluşturması gibi (Mirzaoğlu, 2021, s. 74-75) türkülerin bir bölümü de tarihi olaylardan izler taşır. Uzak ya da yakın geçmişte yaşanan olayların toplum üzerinde bıraktığı etkiler, “Anlatı Türküleri” ya da “Olay/Vak’a Türküleri” olarak adlandırılan türkülerde varlıklarını sürdürmeye devam eder (Özbek, 1981, s. 84-86; Boratav, 1969, s. 164). Tarihi olayları konu alan tarihi türküler de olay türkülerinin bir alt kolunu oluşturur. Tarihi olayların bireyin ve toplumun dünyasında oluşan etkilerinin gözlemlenebildiği, bu konuyla ilgili ipuçlarını bünyesinde taşıyan tarihi türküler, sözlü tarihe kaynaklık edecek güce sahiptir. Literatürde, türkü metinlerinin tarihi gerçekliğine dair yeterli çalışma yapılmamış olduğu yapılan araştırmalarla tespit edilmiştir. Yaratıldığı ve yaşatılmaya devam edildiği dönemin sosyal, kültürel hayatından izler taşıyan tarihi türkülerin sözlü tarih kaynağı olarak ele alınması gerekir. Çünkü türkülerde anlatılan olaylar, metinlerin barındırdıkları mekân, zaman, kişi adları ve motifler yoluyla, sözlü kültür unsuru niteliğini de taşıyarak, toplumun kültürel belleğinde yer edinirler (Acun, 2016, s. 111). İçerdiği siyasi, askeri ve idari olaylar, tarihi ve folklorik gerçeklik açısından uyumluysa bu türküler sözlü tarih verisi olarak kabul edilebilirler (Mirzaoğlu, 2015, s. 185). Makalede bu konuyla ilgili olarak; 93 Harbi’nin bir bölümünü oluşturan Şıpka Muharebelerinin, tarihi türkülerin sözlü tarihe kaynak olması açısından değeri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, öncelikle Balkan toprakları ve 93 Harbi ile ilgili kısa bilgi verilmiş, ardından Şıpka Muharebeleri’ne dair yazılı tarih kaynaklarında bulunan bilgiler ana hatlarıyla paylaşılmıştır. Daha sonra, Şıpka Muharebeleri konusunda ilgili Balkanlar’dan ve Anadolu’dan derlenmiş türkü metinleri verilmiştir. Söz konusu metinlerde, muharebeler ve savaşın arka planına dair ipucu niteliğinde kullanılan ifadeler vurgulanmıştır. Türkü metinleri ile yazılı kaynaklarda yer alan bilgilerin örtüşme yahut uyuşmama durumu tespit edilmeye çalışılmış; metinlerin yapısal ve müzikal özellikleri, icra yerleri ve bağlamları konusunda bilgi verilmiştir.

1. Balkanlar ve 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı

Balkanlar, Anadolu ile Avrupa’yı birbirine bağlayan önemli bir geçiş bölgesini oluşturur. Büyük ölçüde dağlık bir araziye sahip olan bölgede çok sayıda nehir de bulunmaktadır. Geçit özelliği gösteren yerlerin sayıca sınırlı olması, geçmiş yüzyıllarda Belgrad ve İstanbul arasında belli rotaların takip edilmesi gerekliliğini doğurmuştur (Karpas, 1992, s. 25). Bölgenin stratejik önemi, Osmanlı Devletinin de dikkatini çekmiş, 14. yüzyıldan itibaren Balkan topraklarına akınlar başlamıştır. Bu yüzyılda, bölgede farklı etnik grupların var olduğu, küçük devletler şeklinde zayıf siyasi oluşumların bulunduğu, büyük ölçekli devlet yapılanmalarının mevcut olmadığı görülür (Karpas, 2012, s. 24-25). I. Murad döneminde yapılan Kosova Savaşı (1389) ile Balkanlar’da Osmanlı’nın gücü artmış, bölgenin önemli güçlerinden olan Macarlar dışında Osmanlı’ya rakip bir güç kalmamıştır. I. Bayezid döneminde yapılan Niğbolu Savaşı (1396) sırasında, Avrupa kuvvetleriyle mücadele eden Osmanlı ordusunun, 60.000 civarındaki askerle savaşa katılması, bölgede Osmanlı kuvvetlerinin güçlü bir şekilde yerleşmiş durumda olduğunu göstermesi açısından önemlidir (Gülsoy, 2018, s. 35-

40). Bu nedenle 14. yüzyıl sonlarından itibaren Osmanlı'nın Balkanlar'da söz sahibi olan, etkin bir güç olduğunu söylemek mümkündür.

Osmanlı'nın Balkanlar'da zaman içinde artan güçlü konumu, bölgede etkili olmak isteyen diğer devletler için tehlike olarak görülmeye başlamıştır. Bölgenin etnik yapısının çok çeşitli olması, Osmanlı yönetiminin bu açıdan zor duruma düşürülmesini beraberinde getirmiştir. 16. yüzyıla kadar etnik kimliklerin ve ulusçu düşüncelerin ön plana çıkmadığı görülmekle birlikte, bu yüzyıldan itibaren Balkanlar'da küçük çaplı da olsa kıpırdanmaların olduğu bilgisi mevcuttur (Ortaylı, 2019, s. 64). Bölgede ilerleyen yıllarda Rus yönetiminin faaliyetleri sonucunda, Hıristiyan halkların arasında etnik boyutlu hareketlenmeler görülmeye başlanmıştır. Rus Devletinin, Balkanlar'daki Osmanlı yönetimini zayıflatmak ve kendi gücünü artırmak planları, 18.yüzyılda karşılığını bulmuştur. Karadağ ile başlayan etnik kimlikleri ön plana çıkarma faaliyetleri diğer Balkan halkları üzerinde de denenmiş; bu çerçevede Karadağ, Boğdan, Eflak ve Sırbistan gayrimüslim tebaası Ruslar tarafından tahrik edilmeye çalışılmıştır. (Uzunçarşılı, 2011, s. 70). Kemal Karpat, bu yüzyılda sultanın tavrı ve ticari kaygıların bölgedeki karışıklık ve hareketlilikte payı olduğunu belirtir. Ona göre, bu yüzyılda görülen olaylar üzerine Osmanlı sultanının, önceki yıllara nazaran dini kimliğinin vurgulanması ve Türk kimliğinin değerinin artırılmaya çalışılması, hükümdarın "tarafsız" kimliğine gölge düşürmüştür. Bunun yanında, bölge halkının ticari kaygılarla hareket edip Avrupalılar ve Ruslarla ticari ilişkilere girmesi, Osmanlı yönetimine karşı ticari konularla ilgili tavır alması, Balkanlar'daki milliyetçilik hareketlerinin güçlenmesini beraberinde getirmiştir (2012, s. 68-71). Bu yüzyılın sonlarına doğru Avrupa'da yaşanacak olaylar ve Fransız İhtilali (1789), bölgedeki etnik farklılıkların ve milli kimlik arayışlarının isyanlar şeklinde ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

19. yüzyıl Balkanlar'da milliyetçilik hareketlerinin en üst seviyede yaşandığı bir dönemdir. Bu yüzyıla, halk arasında ayrılıkçı fikirlerin görünür şekilde yayıldığı ortamlar, Avrupa devletlerinin bölge üzerinde söz sahibi olma çabaları ve askeri müdahalelerle bastırılmaya çalışılan isyanlar damgasını vurmuştur (Hayta ve Birbudak, 2010, s. 1). 1856'da Islahat Fermanı'nın kabul edilmesinin ardından Rusların Panslavizm politikasını Balkanlar'da yayma faaliyetlerini artırması, Sırp ve Karadağ isyanlarının patlak vermesi, Bosna-Hersek olayı ve Bulgar sorunu dönemin önemli olaylarıdır (İpek, 2002, s. 16). Öyle ki, 1876'da yaşanan Bulgar isyanı sonrası, Balkanlar'da süren karmaşa ortamı nedeniyle İstanbul'da bir toplantı düzenlenmiştir. Toplantıya Fransa, İngiltere, Avusturya, Almanya, İtalya, Rusya ve Osmanlı Devleti katılmıştır. Katılımcılardan Rusya, Balkan topraklarıyla ilgili, Osmanlı aleyhine olan taleplerde bulunmuştur. Bu taleplerin içinde bölgesel silahlanmaya gidilmesi, Osmanlı ordusunun kısmen bölgeden çekilmesi, özerklik gibi konular vardır. Söz konusu talepler Osmanlı hükümetince reddedilmiştir. Bu gelişmenin ardından kısa bir süre sonra, "Avrupa'nın hukukunu müdafaa" etmek amacıyla Rusya, Osmanlı Devleti'ne savaş ilan etmiştir (Aydın, 1994, s. 498). Rumi takvime göre 1293 tarihinde gerçekleşen ve bu nedenle "93 Harbi" olarak anılan 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı, Balkan toprakları ve Doğu Anadolu bölgesinde iki ayrı cephede gerçekleşmiştir. Her iki cephede de Osmanlı kuvvetleri yetersiz kalmış, Bulgar toprakları ve Kars, Rusların eline geçmiştir (Yalçınkaya ve Yılmazçelik, 2018, s. 539). Bulgar topraklarında gerçekleşen muharebelerde her iki ordu da önemli kayıplar vermiştir. Bu muharebelerden bir kısmı Şıpka Geçidi ve bölgesinde olmuştur. Balkanlar'dan Edirne ve İstanbul'a açılan yolun kilit noktası olan Şıpka çok sayıda muharebeye sahne olmuştur.

1.1. Şıpka Muharebeleri

Şıpka, bugün Bulgaristan sınırları içerisinde yer alan bir geçittir. 2300 metreden fazla yüksekliği olan Balkan Dağlarının içinde, 1300 metre yüksekliğiyle oldukça ünlü bir geçit olan Şıpka, dağlık bölgenin ulaşım imkân veren en önemli geçitlerindedir (Kuyucuklu, 1992, s. 391). Şıpka Geçidi, 93 Harbi'nde Osmanlı-Rus kuvvetlerinin çok sayıda kayıp verdiği önemli bir savaş alanı olmuştur. Savaş sonrasında Rus tarihinde "Rus-Bulgar Kardeşliği"nin bir sembolü olarak görülen geçit, her iki ordunun büyük kayıplar vermesine neden olan çetin bir

coğrafyanın içindedir. Söz konusu geçidin bulunduğu bölge uçurumlar, kayalık alanlar, sarp dağlar ile çevrili olup orduların hareket etmesine çok fazla imkân vermeyen fiziki şartlara sahiptir (Frolova, 2019, s. 135-137).

Şıpka Muharebelerini de içine alan 93 Harbi'nden kısa süre önce Bulgar İsyanı yaşanması da konuyla ilgili önemli bir gerçekliktir. 1876'da yaşanan isyanın ortaya çıkmasında Rusların etkisinin olduğu kaydedilmektedir. Zira Bulgarlar, Balkanlar'da çok uzun süre Osmanlı yönetimi altında yaşayan ve diğer halklara nazaran daha az sorun çıkaran bir kesimi oluşturmuşlardır. Halil İncılık, 19. yüzyılda gerçekleşen isyanlar dışında, Bulgarların isyan hareketlerinden uzak durduğunu, hatta bu yüzyılın ilk yarısında gerçekleşen isyanların da zayıf ve yerel ölçülerde kaldığını belirtir. İncılık, Bulgarların ulusçu akımlardan etkilenmesinin ise 18. yüzyıldan sonra ortaya çıktığını, bu döneme kadar Bulgar diliyle yazılan çok fazla eser olmadığını, Yunan edebiyatı ve Rum kültürünün, yönetiminin Bulgarlar üzerinde etkili olduğunu ifade eder. 18. yüzyılda Rum baskısına karşı oluşmaya başlayan ulusalcı akımın doğuşunda Bulgar keşişlerin rolü vardır. Bulgar milli kimliğinin oluşması ve milis kuvvetlerinin organize edilmesinde, bölgede hâkim olmak isteyen Rusya'nın desteği ve Bulgarları kışkırtması da çok etkili olmuştur (İncılık, 1992, s. 17-26).

Bulgar İsyanıyla ilgili bazı kaynaklardan öğrendiğimize göre, isyan öncesinde Bulgarların Türkler tarafından katledildiğine dair iddialar mevcuttur. Daha da ötesi, Avrupa ülkelerinde, Türklerin Bulgarlara zulmettiğine dair broşürler basılıp Osmanlı aleyhinde propaganda yapılmış olduğu da bilinmektedir (Şimşir, 2017, s. 52). Bu gelişmeler, Balkanlar'daki hareketliliği artırmış, Türklerin Bulgarları katlettiğine dair haberler konunun dini boyut kazanmasına neden olmuştur. İsyân sonrası İstanbul'da yapılan, yukarıda da bahsi geçen konferansta Bulgaristan'ın Hıristiyan valiler tarafından yönetilmesi ve özerk hale getirilmesi, Bulgarca'nın resmi dil olması, bölgesel Bulgar askeri birliklerinin oluşturulması, Türk askerinin merkezi yerler dışına çekilmesi, vergi ve yargı sisteminde bölgeye ayrıcalıklar tanınması, bölgedeki Müslüman halkın silahsızlandırılması talepleri Osmanlı yönetimine bildirilmiştir (Aydın, 1994, s. 498). Taleplerin reddi sonrasında yaşanan gelişmeler 93 Harbi olarak sonuçlanmıştır. Savaş kapsamında, Doğu Anadolu ve Balkanlar'da gerçekleşen muharebelerin en çetin geçtiği noktalardan bir kısmı da Şıpka Geçidi'nde yaşanmış olup 5 ay gibi bir süreyi kapsamaktadır. 1877 Ağustos'unda başlayan muharebeler 1878 Ocak ayına kadar sürmüştür.

Rus birlikleri Temmuz 1877'de Tuna'yı geçip Zıstovi ve Tırnova'yı ele geçirmiştir. İlerleyen günlerde hedef Şıpka Geçidi ve Plevne olmuştur. Şıpka'da bulunan Osmanlı birlikleri, Rus saldırısına büyük mukavemet göstermiştir (Aydın, 1994, s. 498). Fakat bu esnada önemli askeri hatalar yapılmış, Rus kuvvetlerinin başarılı hamleleriyle Osmanlı ordusu zor duruma düşürülmüştür (Şekil 1). Şıpka'nın Plevne müdafaasında önemli rolü olduğunu belirttiği bir makalesinde Ahmet Taşdemir, bu geçidin Rusların eline geçmesi sonrası, Plevne'deki Rus baskısının arttığını ifade eder (2021, s. 118-119). Rus saldırılarının yoğunlaşması sonucu Şıpka'daki Osmanlı kuvvetlerinin geri çekilmesi, İstanbul'daki yöneticilerin askeri idarede değişikliklere gitmesine sebep olmuştur. (Aydın, 1994, s. 498). Rus kuvvetlerine karşı, teknik açıdan üstünlüğü olan Osmanlı ordusunun bulunduğu şartları daha verimli kullanması adına, tek merkezden daha iyi yönetileceği düşünülmüştür. Sultan Abdülhamit'in isteği üzerine askerî bir meclis kurulmuş, Osmanlı ordusunun eğitim, örgütlenme vd. konularda eksik yönlerinin giderilmesi hedeflenmiştir (Özbilgen, 2012, s. 96-98). Ancak bu çalışmalar olumlu anlamda karşılık bulamamış, savaş devam ederken komutan değişikliklerinin yapılması, komutanlar arasında bilgi kopukluğu yaşanması, komutanlar arası anlaşmazlıklar, mevcut asker sayısını korumak adına yapılan zamana bağlı hareket hataları, bulunulan coğrafyanın güncel haline dair bilgi yetersizliği gibi sebepler Osmanlı ordusunun önemli kayıp vermesine neden olmuştur (Taşdemir, 2021, s. 117-136). Karadağ'da görev yaparken Şıpka'ya gönderilen Süleyman Hüsnü Paşa, 93 Harbi'nin neden başarısız sonuçlandığına dair düşüncelerini paylaştığı hatıratında, yaşananları eleştirel bir dille anlatmıştır. Süleyman Paşa, Bulgar halkı içerisinde yeterli sayıda casus yerleştirilmediğini, düşman ordusuna dair yeterli bilgi edinilemediğini,

merkezî karargâhın komutan atamalarında yanlışlıklar yaptığını, merkezden alınacak emre bağlı kalınmasının hareket kısıtlılığını beraberinde getirdiğini, lojistik ve ulaşım konusunda yetersiz kaldığını ifade etmiştir (Yalçınkaya, 2019, s. 460-469). Neticede Şıpka'daki mücadele, Osmanlı Devleti adına olumsuz sonuçlanmıştır.

Şekil 1. 28 Aralık 1877 Şıpka-Şeynova. Osmanlı kuvvetlerini yenilgiye uğratan Rus kuvvetlerinin sevinci resmedilmiş. Sanatçı: Karl Andreyeviç Fisher



Верещагинъ.

Худож. фототипія К. А. Фишера.

28. Шипка-Шейново 28 декабря 1877 г.

Kaynak: Fisher, 1902, s. 36.

Şıpka'nın ardından Plevne savunması başarısız olmuş ve Plevne'deki ordunun komutanı olan Osman Paşa teslim olmuş, Bulgar topraklarında yaşanan muharebeler, 31 Ocak 1878'de yapılan Edirne Mütarekesi ve 3 Mart 1878'de yapılan Ayastefanos Antlaşması ile son bulmuştur (Aydın, 1994, s. 499). Ayastefanos Antlaşmasının imzalanması günümüzde, Bulgaristan'ın Ulusal Kurtuluş Günü olarak kutlanmaktadır. Bulgar topraklarındaki savaşın en çetin geçtiği, Rus-Bulgar kardeşlik ruhunun yaşatıldığı bir nokta olması sebebiyle (Frolova, 2019, s. 144) önemli bir yeri olan Şıpka Geçidi, bu ulusal günde anma programlarına ev sahipliği yapmaktadır. Resmi anma programı, Şıpka-Buzluca Ulusal Milli Parkı içerisinde bulunan Aziz Nikola Tepesi'ne 1930'larda inşa edilen Şıpka Özgürlük Anıtı (Şekil 2) çevresinde yapılmaktadır. Şıpka'da yapılan resmi törenlerin yanında, ülke genelindeki kiliselerde anma programları yapılmaktadır. Bu gün, Bulgar halkı için "yeniden doğuş, yeniden canlanma" gibi anlamlar taşımaktadır (Bulgaristan Konsolosluğu, 2021).

Şekil 2. Şıpka Özgürlük Anıtı ve Şıpka Geçidi'nin kayalıklarla örtülü zemininden bir kareler



Kaynak: Okay, 2016, <https://sevilokay.wordpress.com>

2. Şıpka Türküleri

Şıpka Geçidi'nde gerçekleşen muharebeler, Anadolu ve Balkan sahasına ait bazı türkülerde yer almaktadır. Bu türkülerden bir kısmı günümüzde söylenmeye devam etmekte, bir kısmı ise hafızalardan yavaş yavaş silinmektedir. Özellikle Balkanlar'dan göç eden (muhacir) Türklerin halk müziği repertuarında canlılığını sürdüren metinler olduğu görülmektedir. Metinlerden bir kısmı doğrudan Şıpka bölgesini konu alırken, diğer kısmı Balkanlar'da süren savaşı ve Şıpka'nın da bu savaş alanlarından biri olmasını konu almaktadır. Bu türkülerde Şıpka, Plevne, Varna gibi yerlerin adları geçmektedir. Aşağıda yer alan, "Metin I" ve "Metin II" şeklinde numaralandırılmış olan türkü metinleri doğrudan Şıpka için yakılmıştır.

Metin I³

"Şıpka'nın önünde (aman) bir uzun servi (aman aman)

Kimimiz nişanlı (aman) kimimiz evli

Sılada bıraktım bir saçı telli

Bağlantı:

Adın da yerlere batsın (aman) Şıpka Balkanı

Sebebi sen değil mi (aman) akıttın kanı

Sebebi sen değil mi (aman) Moskof Kıralı

Şıpka'nın önünde (aman) bir yeşil çadır (aman aman)

Çadırın içinde (aman) kumandan yatır

Analar babalar (aman) ağlayıp kalır (efem)

Bağlantı

Şıpka'nın içinde (aman) sıra söğütler (aman aman)

Baş başa yatıyor (aman) yerde şehitler

Şıpka'ya gidenler (aman) babayığitler

Bağlantı" (THM, Rep. No 5152)

Metin II⁴

"Şıpka'nın içinde (agom) sıra süğütler

Baş başa durmuş (agom) yatır şehitler

Şıpka'ya gidenler (agom) ep baba yigitler

Kanın yerlere damlasın Şıpka gâuri

İsmin yerlere batsın Moskof'ın kralı

³Kırık hava türündeki Metin I, Edirne yöresine aittir. Rakım Ertür'den alınan türkü metni, H.B.Yönetken-M.Sarisözen-R.Yetişen tarafından derlenmiş, Süleyman Şenel tarafından notaya alınmıştır. Türk Halk Müziği Repertuarı'nda 5152 numarasıyla kayıtlıdır. Metnin nota bilgisi, makalenin Ekler bölümünde verilmektedir.

⁴Metin II, Makedonya/Radoviş bölgesinden derlenmiştir.

Şimli'nin içinde (agom) ufacik taşlar
Analer babaler dökeyür yaşler
Agom Moskof'ın kızının cinlidir sesi" (Hasan, 2008, s. 298)

Metin III⁵

"Abdalın geydiği hırka
Asker olmuş fırka fırka
Kelle gider, gitmez Şıpka

Oynaşır suda balıklar
Karadeniz dalgalı
Koç yiğitler askere gidiyor
Nişanlıların başı sevdalı

Atları saldı ormana
Yiğitler döndü aslana
Sılada ağlıyor ana

Oynaşır suda balıklar
Karadeniz dalgalı
Koç yiğitler askere gidiyor
Yavukluların başı sevdalı⁶" (Öztelli, 2002, s. 698)

Metin IV

"Sarayönü sıra sıra söğütler
Oturmuş binbaşı asker öğütler
Bu kavgada ölen babayiğitler

Bulgarya⁷ bizden asker alacak
Alacak da Şıpka'ya yollayacak
Arkamızdan analar ağlayacak..." (Nimetulllah Hafız, 1990, s. 206).

⁵ Metin III, Tahsin Nahit tarafından, Çankırı yöresinden derlenmiştir.

⁶ Söz konusu türkünün, Tahsin Nahit Uygur tarafından yazılan (1932) ve Prof. Dr. Ali Birinci tarafından 2002'de tekrar yayına hazırlanan *Çankırı Halk Edebiyatı* kitabında; "abdal" kelimesi "aptal", "asker" kelimesi "esker" olarak geçmektedir (Uygur, 2002, s. 74-75). Bu ifadelerin, yanlış yazılmış olma ihtimali düşünülerek, makalede Öztelli'nin eserinden yararlanılarak alıntı yapılmıştır.

⁷ Bu metin İgnacz Kunos'un bir eserinde benzer şekilde yer almakta, Bulgarya ifadesi "Bulgariye" şeklinde geçmektedir (Kunos, 1998, s.105). Bk. İgnacz Kunos (1998). *Türk Halk Türküleri* (Haz. Ali Osman Öztürk). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Yukarıda yer alan I ve II numaralı metinler, Şıpka Geçidi'nde geçen çatışmaların halkın düşüncesindeki yansımalarını içermektedir. Bu iki metinde ipucu niteliğinde bazı kelimeler bulunmaktadır. Bu kelimeler Türk kültürüne dair sembolik değer taşımaktadır. Türkülerde bulunan doğa unsurları, nesne, ses yahut eylemlerin sembolik değeri bulunabilir. Bunların sembol olması, gerçek anlamı dışında bir anlamı da taşıyarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Mirzaoğlu, 2015, s. 37). Metinlerde öncelikle ağaç sembolü geçmektedir. "Servi" ve "söğüt" ağaçlarının ilk dizelerde kullanıldığı görülür. Kültürümüzde ağaçların ruhu olduğuna dair inanışlar mevcuttur. Servi/selvi de özellikle mezarlıklarda görülen bir ağaç türüdür. Bu ağacın yıl boyu yeşil halini koruması, yaşamın devamlılığını anımsatır. Ataların ruhunun bu ağaçtan aldığı enerjiyle göğe ulaşacağı ve ataların ruhlarının Cennet'te olduğuna dair inancı beraberinde getirir (Ergun, 2012, s. 294). Metinde, Şıpka önünde duran servi ağaçları, burada vefat eden Osmanlı askerinin şehitlik mertebesine ulaştığını, yerinin Cennet olduğunu ifade etmek açısından önemlidir. Benzer şekilde söğüt ağacının kullanılmasının da burada bulunan askerlerin yiğit, kahraman kimseler olduğunu vurgulamak amacıyla metinde yer bulduğunu söylemek mümkündür. Çünkü söğüt ağacı Türk kültüründe yiğitlerin gölgesinde oturduğu, evin bahçesinde hane sahiplerine manevi olarak fayda sağlayan, yararlı ve yerli bir ağaç olarak kabul edilir (Ergun, 2012, s. 301-302). Söz konusu ağaç türlerinin anılmasının ardından şehitlerin yattığı bilgisi verilmektedir. 93 Harbi'nde verilen askeri kayıp, şehit sayısının çok fazla olması türküyeye yansımasıdır. Metinlerde ağaç adları ve ardından şehitlere yer verilmesinin tesadüf olmadığı, asker ve şehitlerle ağaçlar arasında kurulan manevi bağdan kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Metinlerde askerlerin ardında bıraktıkları anneleri, nişanlıları, eşlerine dair ifadeler mevcuttur. Saçı telli kişi, yeni evlenen eştir, gelindir. Burada gelin teli ifade edilmektedir. Türk kültüründe yüzyıllar boyunca, gelin başı süslemesinde gümüş gelin teli kullanılmıştır. Savaşın gerçekleştiği 19.yüzyılda da bu geleneğin devam ettiği anlaşılmaktadır. Söz konusu tel, 20.yüzyılda kısmen kullanılmış, günümüz gelin başı süslemelerinde ise kullanımını büyük ölçüde yitirmiştir (Koç ve Kaya Durmaz, 2018, s. 14-27). Savaş esnasında Anadolu ve Balkanlar'da pek çok evde erkek nüfusun azaldığı, bu kişilerin askere çağrıldığı bilinmektedir. Askere giden erkekler sadece evlerinden ayrılmakla kalmamış, ailenin ekonomik gücünün yanında toplumun sosyokültürel yapısında da değişiklikler ortaya çıkmıştır (Demirden, 2021, s. 159). 93 Harbi ve Osmanlı Devletinin son yüzyılında yaşadığı savaşlar bu ortamda gerçekleşmiştir.

I ve II numaralı metinlerde Şıpka'da savaşılan düşmana lanet okunduğu görülür. "Şıpka gâuri, Moskof Kıralı" ve "Şıpka Balkanı"nın bizzat kendisine lanet okunur. Savaşa sebep olan Rus devletine, Rus ordusuna destek olan Hıristiyan Bulgar halkına ve Şıpka bölgesinin doğrudan kendisine duyulan olumsuz hisler türkü metinlerine işlenmiştir. Evdeki eş yahut oğlun gitmesine sebep Şıpka'nın kendisi olmuştur. Burada askerlik, şehitlik, vatanseverlik, yiğitlik gibi değerler önemini korusa da halkın bu konuya çok fazla gönüllülük esasıyla yaklaşmadığını, olumsuz baktığını söylemek mümkündür.

İkinci metinde "Şimli" adlı bir yerleşim yerinin adı geçmektedir. Burası Şumla ya da Şumnu adıyla bilinmektedir. Şumnu (Bulgarca Şumen/Шумен), günümüzde Bulgaristan toprakları içinde bulunan, ülkenin kuzeydoğusunda yer alan, Bulgaristan'ın en eski şehirlerindendir (Kiel, 2010, s. 227). Şumnu, Tunca Vadisi, Eskizağra gibi yerler Şıpka gibi, 93 Harbi'yle Rus güçlerinin eline geçmiştir (Yazıcı ve Demirel, 2006, s. 269).

III ve IV numaralı türkü metinlerinde "Şıpka" ifadesi geçmekte olup bu türküler öncekilere nazaran daha genel bir savaş resmi çizmektedir. Şıpka, Balkanlar'da süren savaşın simgesidir. Kullanılan ifadeler ise farklı tarihi türkülerde ve asker türkülerinde görülen kalıplaşmış ifadelerdir. Metin IV, Balkanlar'da gerçekleşen savaşın önemli merkezlerini

içermekte, Şıpka da bununla bağlantılı olarak yer almaktadır. Makalede Şıpka'ya odaklanıldığı için türkü metninin sadece ilgili bölümü verilmiştir⁸.

III numaralı metin, ilk iki metinden farklıdır. Metinde askere giden, ölümden korkmayan, yiğit erkekler ön plandadır. Türküde yer alan “Kelle gider, gitmez Şıpka” ifadesi, Şıpka'yı canı pahasına koruyan askerlerin ruh halini anlatmaktadır. Yine bu metinde geçen “Yiğitler döndü aslana”, askerinin cesaretini, kahramanlığını vurgulamak içindir. Metin genel olarak askerinin kahramanlığını öven bir söyleme sahiptir. Nişanlılarını ardında bırakan, “koç yiğit” askerlerinin vatanseverliği, fedakârlığı anlatılır. Metnin ikinci ve dördüncü bentlerini oluşturan “Oynaşır suda balıklar..... Nişanlıların başı sevdalı” kullanımını, metnin temasına uyumlu olmayıp, hece sayısı açısından kısmen uyumluluk göstermektedir. Bu bölümün, “Meşeden Gel A Sürmelim Meşeden” adıyla, Türk Halk Müziği Kırık Hava Repertuarı'nda kayıtlı olan 29 numaralı türkü ile benzer bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu türküde “Oynaşır balıkları Karadeniz dalgalı/ Bu yıl güzellerin başı sevdalı” şeklinde nakarat bölümü bulunmaktadır (THM, Rep. No 29). Metin III'te bulunan bahse konu dizelerin diğer türküde benzer şekilde bulunması, türkülerde kullanılan ortak söz kalıplarıyla izah edilebilir. Söz kalıplarının türküler arası dolaşımı söz konusudur.

Son metinde, “Bulgarya” ifadesi kullanılmaktadır. Bu ifadenin Bulgarların yaşadığı toprakları anlatmaktan ziyade, bölgenin fiilen bir Bulgar devleti niteliği taşıdığını anlatması mümkündür. Bunun dışında, söz konusu kelimenin türküye sonraki yıllarda eklenmesi de olasıdır. Ayastefanos Antlaşması sonrasında özerklik kazanan Bulgar devleti, 20.yüzyıl başlarında bağımsızlığını ilan etmiştir. Metinde geçen “Bulgarya” ifadesi de bu dönemden sonra metne eklenmiş olabilir. Zira bu kelimenin Bulgaristan'ın özerkliğini kazanması sonrası çıkan ayaklanmalarda kullanıldığı bilgisi mevcuttur (Şile, 2019, s. 54). Bu da türkülerde bulunan yer adlarının zaman içinde, nesiller arasında aktarılırken değişim gösterebilmesinden kaynaklanmaktadır.

2.1. Şıpka Türkülerinin Yapısal ve Müzikal Özellikleri

Makalede yer alan dört metnin bir kısmı benzer bir kısmı farklı yapılar gösterir. Metin I ve Metin II, 11'li hece ölçüsüne sahiptir, metnin ana dizeleri 6+5=11 ölçüsünden oluşur. Kavuştak (nakarat) bölümleri ise 7+5=12'li hece ölçüsüyle oluşturulmuştur. Metinlerde yer alan “aman” ve “agom” ifadeleri, Pertev Naili Boratav'ın belirttiği gibi “ilave, zaid” kelimelerdir. Bunlar, metnin müzikal yapısına zenginlik kattığı gibi güfte ve musikinin birbirini tamamlamasını sağlar (Boratav, 2017, s. 349-350). Söz konusu ifadeler, hece ölçüsüne dâhil edilmez. Bu nedenle, metinlerin hece ölçüsünün dizelerin tamamına yakınında tutarlı olduğunu söylemek mümkündür. Metin I'in nota bilgisi mevcuttur. THM Kırık Hava Repertuarı'na 5152 numarasıyla kaydolunmuş türkünün ölçüsü 9/8'dir. Bitiş sesi La'dır. 8 ses genişliğine sahiptir. Metnin TRT Radyo sanatçıları tarafından bir konserde yapılmış icrası mevcuttur⁹. Tarihi konulu türkülerin söylendiği söz konusu konserde icrasının dışında, icra ortamına dair bilgi elimizde mevcut değildir. Metin II'nin eski yahut güncel bir icra kaydına ulaşamamıştır, nota bilgisi mevcut değildir. Hamdi Hasan, Makedonya/Radoviş'ten derlenmiş II numaralı metnin de içinde bulunduğu tarihi olayları anlatan türkü örneklerinin eskiye nazaran azaldığını belirtmektedir (2008, s. 33).

Metin III, ilk iki metinden yapı açısından farklılık gösterir. Genel olarak 8'li hece ölçüsüyle oluşturulduğunu söylemek mümkünse de bazı mısraların 7, bazılarının 10 heceden oluşması, dizeler arasında uyumsuzluk olduğunu göstermektedir. Ana bölümler ile “Oynaşır suda balıklar...” şeklinde başlayıp “Nişanlıların başı sevdalı” dizesiyle biten kavuştak bölümünün hece ve kafiye açısından uyumsuz olduğunu söylemek mümkündür. Bu metnin icra

⁸ Metnin tamamı için bk. Nimetullah Hafız (1990). *Bulgaristan Türk Halk Edebiyatı Metinleri I*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

⁹İlgili icra için bkz. Radyo Sanatçıları THM “93 Harbi'nden 9 Eylül'e Saklı Türküler”. https://www.youtube.com/watch?v=c8-qypqHBv8&ab_channel=TRTRadyo (Erişim Tarihi: 31.03.2022).

edilmiş ses ya da görsel nitelikli kaydına ulaşılamamıştır. Fakat icra ortamına dair bazı bilgiler mevcuttur. Halil Bedi Yönetken, 1938'de Çankırı'da gerçekleştirdiği bir alan gezisinde, Yaran sohbetlerinde tarihi konulu türkülerin icra edildiğini belirtir. Bu türküler içinde Osmanlı-Rus Harbi'ne ait parçalar da vardır. Türküler bu meclislerde saz ve def eşliğinde icra edilir (Yönetken, 2006, s. 27). Tahsin Nahit Uygur, Şıpka Türküsü'nü Çankırı'da söylenen türküler içerisinde değerlendirir (2002, s. 65-75). Şıpka Türküsü, Osmanlı-Rus Harbi ile ilgili olduğuna göre, bu türkünün, geçmiş zamanlardaki Yaren sohbetlerinde, tarihi türküler içerisinde icra edilmesi kuvvetle muhtemeldir. Üçüncü metnin nota bilgisi mevcut değildir.

Metin IV'ün icra edilmiş tarzına, icrasına dair bir kaynak elimizde mevcut değildir. Nota bilgisi de bulunmamaktadır. Metnin hece ölçüsü, her dizede tamamen uyumlu olmasa da 6+5=11 şeklindedir.

Sonuç

Şıpka Geçidi'nde gerçekleşen muharebeleri anlatan türkü metinleri analiz edildiğinde, metinlerin tarihi gerçeklikle uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Muharebelerde çok sayıda şehit verilmesi, askerler ve artlarında bıraktıkları ailelerinin durumu, savaşın müsebbibi olan Rus güçleri ve onlara yardım eden Bulgar halkı, Şıpka ve Şimli (Şumnu) yer adları bu uyumluluğu sağlayan ifadelerdir. Selvi ve söğüt ağaçlarının şehitlerle olan sembolik bağı, Türk kadınının savaşa giden yakını için takındığı tavır, savaş olgusuna verilen olumsuz tepkiler ise türkülerin yaratıldığı ortamın, sosyal ve psikolojik boyutunu anlamamızı sağlamaktadır. Metinlerin türkü formuna uygun olarak, kavuşta bölümüne sahip ve hece ölçüsüyle oluşturulmuş olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde icra sıklığı azalan tarihi türkü metinlerinin, varsa notalı olarak müzikal analizi yapılmıştır. Eldeki veriler ışığında Şıpka'yı anlatan türkülerin, literatür verilerinde görülen müzikal bilgi ve icra bağlamı konusundaki eksikliklerden hareketle, unutulmaya, daha az söylenmeye başlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kaynakça

- Acun, F. (2016). Milli Mücadele Dönemi Türküleri Üzerine Örnek Bir Çalışma. *Folklor/Edebiyat*, 22 (87), 85-114.
- Aydın, M. (1994). Doksanüç Harbi. *TDV İslam Ansiklopedisi*, (9), 498-499.
- Boratav, P. N. (1969). *100 Soruda Türk Halk Edebiyatı*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Boratav, P.N. (2017). *Folklor ve Edebiyat II*. Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Bulgaristan Konsoloslugu Web Sitesi (2021). Bulgaristan, ulusal kurtuluş gününü kutladı. <https://www.bulgaristankonsoloslugu.com/duyurular/bulgaristan-ulusal-kurtulus-gununu-kutladi> (Erişim Tarihi 28.03.2022).
- Demirden, N. (2021). The Song of the First World War and Its Reflection in Laments: Examples of Hey Onbeşli, On Altılı, On Yedili. F.G. Mirzaoğlu-K. Gülbeyaz (Ed), *Traditional Music Culture Studies-I* (ss. 147-164). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Ergun, P. (2012). *Türk Kültüründe Ağaç Kültü*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- Fisher, K. A. (1902). *Albom Kartın v Pamyat 25-letiya Rusko-Turetskoy Voynı 1877-1878*. Moskva: Tipo-Litogr. T-va İ.N.Kuşrenev i Ko.
- Frolova, M. M. (2019). Şıpka (İyul-Avgust 1877 G.): Ruskiye i Bolgarı po Vospominaniyam Uçastnikov Russko-Turetskoy Voynı. *Slavinsky Almanah* (3-4) (ss.134-156). Doi: 10.31168/2073-5731.2019.3-4.1.07
- Gülsoy, E. (2018). Kuruluşta İstanbul'un Fethine. Tufan Gündüz (Ed), *Osmanlı Tarihi El Kitabı* (ss. 13-60). Ankara: Grafiker Yayınları.

- Hafız, N. (1990). *Bulgaristan Türk Halk Edebiyatı Metinleri I*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Hasan, H. (2008). *Makedonya Türklerince Söylenen Türküler*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- Hayta, N. ve T. S. Birbudak (2010). *Balkan Savaşları'nda Edirne*. Ankara: Genelkurmay Basımevi.
- İnalçık, H. (1992). *Tanzimat ve Bulgar Meselesi*. İstanbul: Eren Yayıncılık.
- İpek, N. (2002). 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı. *Türkler Ansiklopedisi* (13), 15-24.
- Karpat, H. K. (2012). *Balkanlar'da Osmanlı Mirası ve Milliyetçilik*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Karpat, K. H. (1992). Balkanlar. *TDV İslam Ansiklopedisi* (5), 25-32.
- Kiel, M. (2010). Şumnu. *TDV İslam Ansiklopedisi* (39), 227-230.
- Koç, F. ve L. Kaya Durmaz (2018). Moda Süreci Bağlamında Gelin Başlığı Tanzimlerinde Estetik Değerler ve Tasarım Özelliklerindeki Değişim (Giresun İli Şebinkarahisar Örneği). *Akademik Bakış Dergisi* (69), 12-30. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/568429>
- Kunos, İ. (1998). *Türk Halk Türküleri*. A. O. Öztürk (Ed). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kuyucuklu, N.(1992). Bulgaristan. *TDV İslam Ansiklopedisi*. (6), 391-396.
- Mirzaoğlu, F. G. (2015). *Halk Türküleri*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Mirzaoğlu, F. G. (2021). Turkish Masculine Figure in Four Hungarian Ballads. F. G. Mirzaoğlu-K. Gülbeyaz (Ed). *Traditional Music Culture Studies-I* (ss.73-106). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Okay, M. (2016). *İkinci Kez Şipka'dayız (Akordeon 13)*. <https://sevilkay.wordpress.com/2016/10/01/ikinci-kez-sipkadayiz-akordiyon-13/> (Erişim Tarihi: 03.04.2022)
- Ortaylı, İ. (2019). *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Özbek, M. (1981). *Folklor ve Türkülerimiz*. İstanbul: Ötügen Neşriyat A.Ş.
- Özbilgen, E. (2012). *Osmanlı'nın Balkanlardan Çekilişi/Süleyman Hüsnü Paşa ve Dönemi*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Öztelli, C. (2002). *Evlerinin Önü Türküler*. İstanbul: Özgür Yayınları.
- Radyo Sanatçıları THM. *93 Harbi'nden 9 Eylül'e saklı türküler*. https://www.youtube.com/watch?v=c8-qypqHBv8&ab_channel=TRTRadyo (Erişim Tarihi: 31.03.2022).
- Şile, T. K. (2019). *Balkan Gazetesi'ne Göre Bulgaristan'da Sosyal ve Siyasi Gelişmeler (1906-1908)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Şimşir, B. N. (2017). *Balkan Savaşlarında Rumeli Türkleri*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Taşdemir, A. (2021). Harp Prensipleri Bağlamında 93 Harbi'nde Şipka Taarruzları. *Harp Tarihi Dergisi* (3), 115-166.
- THM Repertuarı. Repertuar No: 5152. *Şipka'nın Önünde Bir Uzun Servi*. <https://www.repertukul.com/SIPKA-NIN-ONUNDE-BIR-UZUN-SERVI-5152> (Erişim Tarihi 30.03.2022).

THM Repertuarı. Repertuar No:29. *Meşeden Gel A Sürmelim Meşeden.*
<https://www.repertukul.com/MESEDEN-GEL-A-SURMELIM-MESEDEN-29> (Erişim Tarihi 30.03.2022).

Uygur, T. N. (2002). *Çankırı Halk Edebiyatı*. A. Birinci (Haz). Ankara: Okuyan Adam Yayınları.

Uzunçarşılı, İ. H. (2011). *Osmanlı Tarihi/ IV. Cilt 1.Bölüm*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Yalçınkaya, M. A. (2019). Rumeli Garp Orduları Başkumandanı Süleyman Hüsnü Paşa'nın 93 Harbi Mağlubiyetine Dair Görüşleri. *1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı (93 Harbi)-Vatan Neresi?- Uluslararası Sempozyumu 1-2 Kasım Bildirileri*. Türk Ocakları İstanbul Şubesi Yayını.Cilt 1 (1), 460-483. <http://acikerisim.ktu.edu.tr/jspui/handle/123456789/2048>

Yalçınkaya, M. A. ve İ. Yılmazçelik (2018). Yeniden Yapılanma. T. Gündüz (Ed). *Osmanlı Tarihi El Kitabı*. Ankara: Grafiker Yayınları.

Yazıcı, H. ve M. Demirel. (2006). "93 Harbi" (1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı)'nden Sonra Eskişehir'e Yerleştirilen Göçmenler". *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi* (29), 267-278.

Yönetken, H. B. (2006). *Derleme Notları/I. Kitap*. Ankara: Sun Yayınevi.

Ekler

Ek 1. Şıpka'nın Önünde Bir Uzun Servi (93 Harbi Türküsü) Notası

TRT MÜZİK DAİRESİ YAYINLARI
THM REPERTUAR SIRA NO: 5152
İNCELEME TARİHİ: 19.06.2019

DERLEYEN:
(Ank. Dev. Kons. Adına)
H. B. YÖNETKEN,
M. SARISOZEN
R. YETİŞEN

YÖRESİ:
EDİRNE

KİMDEN ALINDIĞI:
Rakım ERTÜR

M: ♩ = 186

DERLEME TARİHİ
14.08.1947

NOTAYA ALAN:
Süleyman ŞENEL
09.06.2019

**ŞIPKA'NIN ÖNÜNDE BİR UZUN SERVİ
(93 HARBİ TÜRKÜSÜ)**

(SAZ)

ŞIP KA ZIZZ -Ö- ZÜZ DE A MAN Bİ RU ZUN
ŞIP KA ZIZZ -Ö- ZÜZ DE DE A MAN SI RY ŞİL
SER Vİ A MA NA MAN KI MI MİZ Zİ SAN
CA DI RA MA ZA MAN CA DI MAZ RI YA CİN
CÜT LE RA MA ZA MAN BAŞ BA SA ŞA Yİ Tİ
LI A MAN KI MI MİZ EV LI
DE A RA MAN KU MAN DAN SE HIT TIR
YO RA MAN YER DE ŞE LER
KI MI MİZ Zİ SAN LI A MAN KI MI MİZ
CA MI MİZ Zİ SAN LI A MAN KI MI MİZ
BAŞ DI RI YA CİN DE YO RA MAN KU MAN DAN
EV LI SI LA DA BI RAK
YA HIT TIR ŞİB NA LAR BA BA
HIT LER ŞİB KA YA CI CI DEN

ŞIPKA'NIN ÖNÜNDE BİR UZUN SERVİ

- 2 -

17

TI MA MAN BİR SA ÇI TEL _____ Lİ A MA NA MAN _____
LA RA MAN AĞ LA YI KA _____ LI RA MA NA MAN _____
LE RA MAN BA BA YI GİT _____ LER A MA NA MAN _____

19

A DIN DA YER LE RE BAT SI NA MAN _____ ŞİB KA BAL _____
A DIN DA YER LE RE BAT SI NA MAN _____ ŞİB KA BAL _____
KA NIN DA YER LE RE DAM LA _____ SIN _____ ŞİB KA GA _____

21

KA _____ Nİ _____ SE BE Bİ SEN DE _____ ÇİL
KA _____ Nİ _____ SE BE Bİ SEN DE _____ GİL
VU _____ RU _____ İS MİN DE YER LE RE BAT

23

Mİ A MAN _____ A KİT TIN _____ KA _____ Nİ _____
Mİ A MAN _____ A KİT TIN _____ KA _____ Nİ _____
Sİ NA MAN _____ MOS KOF KI _____ RA _____ LI _____

Kutay ÖZTÜRK

1.
ŞIPKA'NIN ÖNÜNDE (aman) BİR UZUN SERVİ (aman aman)
KİMİMİZ NİŞANLI (aman) KİMİMİZ EVLİ
SILADA BIRAKTIM BİR SAÇI TELLİ

ADIN DA YERLERE BATSIN (aman) ŞIPKA BALKANI
SEBEBİ SEN DEĞİL Mİ (aman) AKITTİN KANI
SEBEBİ SEN DEĞİL Mİ (aman) MOSKOF KIRALI

2.
ŞIPKA'NIN ÖNÜNDE (aman) BİR YEŞİL ÇADIR (aman aman)
ÇADIRIN İÇİNDE (aman) KUMANDAN YATIR
ANALAR BABALAR (aman) AĞLAYIP KALIR (efem)

BAĞLANTI: . . .

3.
ŞIPKA'NIN İÇİNDE (aman) SIRA SÖĞÜTLER (aman aman)
BAŞBAŞA YATIYOR (aman) YERDE ŞEHİTLER
ŞIPKA'YA GİDENLER (aman) BABAYİĞİTLER

BAĞLANTI: . . .

ŞIPKA: Kuzey ve Güney Bulgaristan'ı birbirine bağlayan 1326 metrede bulunan geçit.

Kaynak: THM, Rep.No 5152

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %70
2. yazar katkı oranı : %30

Bu çalışma, TÜBİTAK tarafından desteklenmiştir, proje no: 121K281.

Destekleri için TÜBİTAK'a teşekkür ederiz.



Tasarımcıların Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Değişkenlerinin Görsel İletişim Tasarımı Uygulamalarında Stok Görsel Kullanma Tercihine Etkisi*

The Effect of Designers' Gender, Age and Education Variables on the Preference of Using Stock Visual in Visual Communication Design Applications

Bilim Uzmanı Muhammed KOCADAĞ¹, Dr. Öğr. Üyesi Emel BİROL²

Öz

Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında tasarımın yaratıcı fikirler ile izleyicisine ulaşması, akılda kalıcılığı arttırmak için tasarlanan çalışmanın ya da görselin bir benzerinin olmaması beklenmektedir. Fakat son zamanlarda bu durum, stok sitelerin sağlamış olduğu hazır görsellerle değişime uğrayarak, tasarım sürecini etkilemiş ve değiştirmiştir. Çalışmada görsel iletişim tasarımı uygulamalarında kullanılan stok görsellerin, tasarımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleri üzerinden etkilerinin ortaya çıkarılması amacıyla 410 katılımcı ile bir anket çalışması yürütülmüştür. Etik izni alınmış çalışmaya yargısal örnekleme yöntemi ile seçilen İstanbul'daki devlet ve vakıf üniversitelerinde görsel iletişim tasarımı ve grafik tasarım bölümlerinde eğitim alan öğrenciler, akademisyenler ile üniversitelerin bu bölümlerinin sektör temsilcisi olan ajansların tasarımcıları dâhil edilmiştir. Çalışmada betimsel ve bağıntısal tarama yöntemi kullanılmış ve verilerin analizleri, SPSS yazılımında Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testleri ile yapılmıştır. Sonuç olarak katılımcıların tasarımlarında stok görsel kullanmaları ile yaş, cinsiyet ve eğitim değişkenleri arasında farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel iletişim tasarımı, stok görsel, tasarımda etik

Makale Türü: Araştırma

Abstract

In visual communication design applications, in order for the design to reach the target audience with creative ideas and to increase its memorability, it is expected that the designed work or visual is not similar. However, recently, this situation has changed with the stock images provided by stock sites, affecting and changing the design process. In the study, a questionnaire study was conducted with 410 participants in order to reveal the effects of stock images used in visual communication design applications on the variables of gender, age and education of designers. For the survey, the necessary permission was obtained from the study, for which ethical permission was obtained, included students studying in visual communication design and graphic design departments selected by judgmental sampling method in state and foundation universities in Istanbul, academicians and designers of agencies that are the sector representatives of these departments of universities. Descriptive and relational scanning methods were used in the study. The analyses of the data were made with the Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis tests in SPSS software. As a result, differences were determined between the use of stock images in the designs of the participants and the variables of age, gender and education.

Keywords: Visual communication design, stock image, ethics in design

Paper Type: Research

Giriş

*Bu çalışma, Dr. Öğr. Üyesi Emel BİROL danışmanlığında İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Görsel İletişim Tasarımı Anabilim Dalı'nda Muhammed KOCADAĞ tarafından hazırlanan "Görsel İletişim Tasarımı Uygulamalarında Stok Görsel Kullanımının Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, artkcdg@gmail.com

²İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, emel.biol@gedik.edu.tr

Dijital reklamcılığın gelişimi ile yeni tasarım metodu olarak ortaya çıkan görsel iletişim tasarımı, yeni bir iletişim alanıdır. Bu alanın geleneksel reklamcılığın ötesinde dijitalleşme çağına ayak uydurması dijital reklamcılığın alanını genişletmiştir (Söğüt ve Öngel, 2022, s. 214). Bu genişleme, prodüksiyon, reklam filmleri, yaratıcı metinler, görüntüler, ses ve masaüstü dijital yayıncılık gibi alanlardan oluşmaktadır. Toplum ve kültüre göre farklılık gösteren görsel iletişim alanları kültürün önemli yapı taşlarıdır. Taşıyıcı bir rol üstlenerek kültürün görünen ve görünmeyen izlerini taşır (Uyan Dur, 2015, s. 444). Görsel iletişim alanında çalışan tasarımcıların mesleki disiplini olan fikir ve yaratıcılıklarını, toplumun kültürüne, inançlarına ve düşüncelerine göre tasarımlarına yansıtmalıdır. Bu bağlamda fikir üretme aşaması tasarımcının tasarım üretme alışkanlığına bağlı olsa da tek bir fikir tam olarak başarılı sonuç vermez. Emile Chartier'in dediği gibi, eğer elinde bir fikir varsa ondan daha tehlikeli bir durum yoktur (Barez-Brown, 2008, s. 15). Bu sebeple ne kadar çok fikir üretilirse zihin ile o kadar çok oyun oynanır. Bu oyunun sonucunda birçok fikre sahip olunur ve en iyisini seçme şansı yaratılmış olur. Yaratıcılık gazına basıldığında, ilham olacak yeni ve özgür kapıların kilidi açılmış olur (Barez-Brown, 2008, s. 36). Böylece açılan kapıların sağladığı özgür düşünce yeni fikirlerin yanı sıra yaratıcı bakış açısını geliştirir. Bu nedenle tasarımcılar, fark ettiklerinden daha fazla güce sahip olmalıdırlar ve yaratıcılıkları insan tarihindeki en etkili yanıtma gereçlerini harekete geçirmelidir (Berman, 2013, s. 75). Bu sayede özgün, tasarım problemlerine belirli bir yaklaşım üzerinden iletişim kurarak yorumda bulunulan tasarımlar hedef kitle üzerinde etkili olur (Ambrose, 2013, s. 100). Özgünlük, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında olması gereken zorunlu bir kavramdır. Günümüz bilgisayar teknolojisinin yaygın kullanımından kaynaklı ve mesleğin yoğun olarak uygulandığı alanın dijital platformlar olması, tasarımın hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bu sebeple kullanılan tasarım öğeleri mesleki etik anlayışı çerçevesinde orijinalliğini koruyarak herhangi bir alıntı ya da intihale yer vermeden tasarlanmalıdır.

Yeni bilişim teknolojileri sayesinde bir fotoğrafın olduğu gibi kullanılmadan, fotoğrafa, dijital manipülasyonlarla yorumlar katılarak kullanılması günümüzde en çok rastlanan durumlardandır (Topçuoğlu, 2010, s. 115). Son dönemde devamlı gelişen bilgisayar teknolojisine bağlı olarak kurulan grafik öğelerin bilgisayarlı görüntü işleme yöntemlerinin kullanımı, pratik olarak eskiden kullanılan hazır görsel tasarım yaklaşımlarının yerini almıştır (Zhu, 2014, s.790). Bu alanlarda etkin olarak kullanılan ve hazır içerikler sunan stok görsel siteleri, günümüz dijital platformlarında oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Stok görsel sitelerinin ulusal ve uluslararası platformlarda firmalar, kurumlar ya da bireysel kullanıcıların çok sayıda kullanması, tasarımın temelini oluşturan yaratıcılık kavramında etkin rol almakta ve farklılaşmasına neden olmaktadır. Türkiye'de stok görsel sitelerinin kullanımının görsel iletişim tasarımı uygulamaları üzerindeki etkilerine yönelik kapsamlı bir araştırma yapılmamış olması bu alan üzerinde, kuramsal anlamda yetersizliklerin olduğunu göstermektedir. Çalışmada, tasarım eğitimi alan öğrencilere, akademisyenler ve sektörde çalışan tasarımcılara stok görselleri kullanırken etik ilkelere bağlı kalmanın önemini vurgulayarak, tasarım ve tasarımcının üzerindeki etkilerini yaş, cinsiyet ve eğitim değişkenleri üzerinden ortaya çıkartmak ve farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. Çalışmada tasarımcıların, akademisyenlerin ya da tasarımcı adayları olan öğrencilerin stok görseller kullanmayı tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin, cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenine göre farklılık göstermekte midir? Sorusuna yanıt aranacaktır.

1. Literatür İncelemesi

1.1. Görsel İletişim Tasarımcılarında Sorumluluk Bilinci

İletişimin ayrılmaz parçası olan görsel kavramı, göstergelerin insanla iletişim kurması ve sembolik algı oluşturmasıyla farklı bir boyut kazanır. Görsel iletişim tasarımı bu farklılığı yaratıcılıkla besler ve bilgiyi alıcıya ulaştıran ve alıcının davranışlarını yönlendirmede bir araç olarak kullanan etkileşim sanatıdır. Bu etkileşim sanatı her türlü basımı yapılmış yayın (dergi, gazete, ilan panoları, kitap vb.) ve elektronik (dijital platformlar, radyo, televizyon, sinema vb.) olmak üzere iki gruptan oluşan kitle iletişim araçlarının geniş bir alanında yer alır. Gelişen ve

değişen teknolojiye göre görsel iletişim, sürekli değişimi içerisinde barındırmakta ve uygulama alanları farklılık göstermektedir. Bu sebeple tasarımcıların, ilerleyen bilgi ve teknolojilere göre gelişim göstermeleri günümüzde bir zorunluluk haline gelmiştir. Görsel iletişim tasarımcıları ilerleyen bilgi ve teknolojileri kullanarak karmaşık olayları sadeleştirerek herkesin anlayabileceği şekilde yorumlayıp ortak bir dil geliştirme üzerinde çalışır (Taşçıoğlu ve Erdoğan Aydın, 2015, s. 230). Görsel iletişim tasarımında bu ortak dil simge ve semboller aracılığıyla duyu organlarımızla iletişime geçerek sağlanır. Tasarımdaki mesajın tamamlayıcılığında önemli bir rol alan simge ve semboller yaratıcı fikirlerle besleyerek anlamlı hale getiren tasarımcılar tasarım sürecini doğru bir şekilde yönetebilmelidirler. Süreç, düşünmediğimiz olasılıklara kapı açarak, yeni heyecanlarımızı harekete geçirecek duyu yansımasıdır (Barez-Brown, 2008, s. 44). Tasarım sürecinin doğru bir şekilde yönetilmesi zamanın verimli kullanılmasını sağlamaktadır.

Sorumluluk kişinin üzerine aldığı görevleri ya da sorumluluğunu üstlendiği şeylerin etik değerler çerçevesinde yaşamına dâhil ederek başarılı bir şekilde sonuca ulaştırmasında gösterdiği çabadır. Sorumluluk duygusu, tasarımcıları iç sesini dinlemeye yöneltir ve etik değerler içerisinde tavır almalarını sağlar. Tasarım tarihinde ettiği konu edinen reklamcılık ve tasarım camiasına karşı ortaya çıkan manifestolara; tasarımcı rollerinin ne olması gerektiği ve toplumun ihtiyaçlarına yönelik yapılan tasarımlarda tasarımcının sorumlu olup olmadığı gibi tartışmaların sonucunda “First Things First” adlı manifesto ortaya çıkmıştır (Ertürk, 2017, s. 732). Tasarımcılar arasından ortak bir nokta belirlemeyi hedefleyen manifestoların yazılmasındaki temel sebep zihniyet ve mesleki sorumluluk bilincidir. Sorumluluk bilincinin ortaya çıkmasına yönelik Milton Glaser’in söylediği ‘iyi tasarım iyi bir vatandaşır’ sözüyle tasarımdaki etik değerlerin önemi vurgulanmaktadır (Aykan, 2008, s. 82). Tasarımcının sorumluluk bilinci ile etik değerlerinin getirdiği uyumsuzluklar, tasarımcıyı vicdaniyla baş başa bırakır ve sorumluluk duygusu gelecekteki etik tavırlarına yön verir.

Günümüzde dijital veriler teknoloji dünyasının önemli birtakım görsellerinden oluşabilir. Bilgisayar teknolojisiyle oluşturulan görsellerden internetteki görsel içeriklerine, sosyal medya sitelerinden mobil ortam paylaşımlarına ya da interaktif ortam etkileşimlerinden simülasyon uygulamalarına kadar çeşitlilik gösterir. Bu çeşitlilik kişisel bilgiler (evlilik yıldönümü, cinsiyet, doğum günü, politik düşünce vb.) gibi birçok veriyi açık hale getirebilir. Bu sebeple dijital platformlarda veriyi saklamak, kopyalamak ya da değiştirmek gibi birçok olasılığı barındırır. Bu nedenle dijitalde kullanılan veriler birçok etik riskin de oluşmasına sebep olur. Bu risklere yönelik alternatif önlemler ile verileri korumak ve sürece yönelik öngörülerde bulunmak gerekir (Fisher ve Fortmann, 2010, s. 240). Çünkü dijital görsel verileri işlemek, saklamak, ya da kullanılmasına yönelik izin ve hak sahipliğine sahip olmak gerekir. Bu sebeple tasarımcının araştırma esnasındaki yaklaşımı ve görsellere dayalı oluşturduğu tasarımlar düşünüldüğünde sorumluluk duygusu ve etik kavramı akla gelir. Araştırma esnasında karşılaştığı fotoğraf, illüstrasyon, afiş, sanat çalışması ya da reklam ürünü gibi çok geniş alana sahip görsel taramanın etik sınırlar içerisinde yapılması büyük önem arz etmektedir (Bedir Erişti, 2021, s. 329). Bu bağlamda araştırmada karşılaşılan görseller farklı disiplin ve biçimlerde kullanılabilir (Rose, 2009, s. 245). Kullanılan bu görseller telifli ya da telifsiz bir şekilde stok görsel siteleri aracılığıyla tasarımcıların kullanım hizmetine sunulur. Bu platformlardan görsel erişimi sağlayan tasarımcılar, imgeleri sorumluluk bilinci ve etik bir yaklaşım ile tasarım sürecine dâhil etmesi mesleki etik değerlere katkı sağlar.

1.2. Stok Görsel ve Stok Görsel Kullanım Alanları

Stok görsel siteleri geçmişten günümüze “Fotoğraf Bankası”, “Fotoğraf Arşivi”, “Stok Siteler”, “Fotoğraf Kütüphanesi”, “İmaj Bankası”, “Görüntü Bankası” gibi farklı kavramlarla kullanılmıştır. Stok görsel isimleri teknolojinin ve internetin gelişmesinin yanı sıra kullanıcılar ile fotoğrafların mülkiyet yapısının değişiminden de kaynaklandığı ön görülmektedir (Hatırnaz, 2014, s. 90). Günümüzde bu isimlerin bazıları stok görsel siteler ve içerik sağlayıcılar (contributor) tarafından halen kullanılmaktadır.

Stok görsellerin tarihi gelişimi doğrudan fotoğrafla ilgilidir. Bu sebeple fotoğrafın tarihine baktığımızda 150 yıllık bir serüvene sahip olduğunu görmekteyiz. Fotoğraf, tarihin önemli tanığıdır, belgedir, arşivdir, bilgidir, anı yarına taşıyarak aktaran bir araçtır (Gezgin, 2002, s. 1). İlk olarak stok fotoğrafçılık, 1920'lerde H. Armstrong Roberts'in kurduğu stok fotoğraf ajansı ile başlamıştır. İlk dönemlerinde yalnızca o dönemin aktif basın yayın organları olan dergi ve gazetelerin fotoğraf ihtiyaçlarını karşılamıştır. 1980'lerde stok fotoğrafçılık kendi başına görsel bir endüstri hali aldığı görülmektedir. 2000'li yıllarda stok fotoğrafçılık amatör ya da profesyonel kişilerin fotoğraflarını internet üzerinden paylaştığı ve giderek büyüyen bir pazar haline almıştır (Frosh, 2001, s. 626).

Dijital ve iletişim çağı olan günümüzde, her alanda olduğu gibi reklam alanında da birçok yenilik ve değişim yaşanmaktadır. Dijital reklamcılığın yaygınlaşması ile birlikte görsel iletişim tasarımcılarına da farklı tasarım alanları doğmuştur. Bunlardan belki de en önemlisi sosyal platformlardır. Toplum tarafından iletişim ağı olarak kullanılan bu alanlar, aynı zamanda markaların ürünlerini hedef kitleye doğrudan pazarlayabilecekleri önemli bir platformdur. Doğru pazarlama stratejisini uygulayabilmek ve profesyonel olabilmek için yaratıcı görsel tasarımlara ihtiyaç vardır. Bu tasarımlar video, grafik ve fotoğraf alanlarından oluşmaktadır. Tasarımcılar, farklı örnekleri görmek, görsel algılarını geliştirmek ve yeni tasarım fikirleri oluşturmak için internet üzerinden görsel araştırmalarda birçok siteden faydalanabilirler. Bunlardan en yaygın olanı ise stok görsel siteleridir. Stok siteler zamanla tasarım sürecinin değişmesine neden olmuş ve bir başkasına ait görselin herkes tarafından erişilebilir olmasını mümkün hale getirmiştir.

Şekil 1. Stok görsellerin sosyal medya platformlarında kullanımı



a. Kaynak: shutterstock.com b. Kaynak: facebook.com c. Kaynak: instagram.com

Kaynak: (a) Muhammed Kocadağ tarafından hazırlanan ve shutterstock.com sitesinde yayınlanan Stok Görsel. (b ve c) Farklı kurumların sosyal medya platformlarında, shutterstock.com sitesinden kullanım izni alarak paylaşılmış oldukları Stok Görsel.

Şekil 1'de farklı kurumların sosyal medya paylaşımları görülmektedir. Stok görsel sitelerinden telifli ya da telifsiz olarak alınan görsellerin farklı firmalar tarafından da kullanılabilir olması görsel iletişim tasarımı uygulamalarındaki özgünlük kavramını hatırlatmaktadır. "Peki erişime açık stok görsel sitelerinden faydalanmak tasarımda özgünlük kavramını ve tasarımcının üretim aşamasında fikir ve yaratıcılığını nasıl etkiler?" Bu konuda, tasarım alanında eğitim gören tasarımcı adayları ile sektörde çalışan tasarımcıların bilinçlendirilmesi önemli bir konudur (Kınık, 2015, s.4).

Günümüzde stok görseller, dijital platformların yanı sıra basılı platformlarda da sıklıkla kullanılmaktadır. Görsellerin kullanıldığı alanlar, megaboard, billboard, pole banner, dergi, kitap ya da CLP gibi basılı reklam alanlarıdır. Stok görsel sitelerinde görseller, hem baskıya hem dijital platformlara göre yeterli görüntü kalitesine sahip formatta bulunurlar. Ancak baskıya hazır formatta olmazlar. Tasarımcının kullandığı stok görseli ilgili tasarım programıyla CMYK ya da Pantone renk koduna göre hazırlaması istenilen renk sonucunu almak için önemli bir detaydır.

Şekil 2. Stok görsellerin basılı platformlarda kullanımı: Kitap kapağı örneği



(a)

(b)

Kaynak: (a) shutterstock.com, kaynak (b): www.pelikankitabevi.com.tr.

1.3. Görsel İletişim Tasarımcısı Gözüyle Stok Görsel Kullanımı

Günümüzde görsel iletişimin temelini oluşturan alanların çok hızlı bir değişimde olduğu görülmektedir. Bunun en belirgin nedeni teknolojinin etkisidir. Teknolojik gelişmelerin sunduğu imkânlar sayesinde görsel iletişim alanları temelden değişmiştir. Görsel iletişim tasarımcılarının sürekli değişimin farkında olmaları ve geleceğe yönelik hazırlıklı olmaları gerekmektedir (İlisulu, 2019, s. 20).

Teknolojinin avantajlarından faydalanarak tasarım üreten görsel iletişim tasarımcıları, sınırların olmadığı çok geniş teknolojik imkânlarla sahiptir. Günümüz görsel tasarım platformları, geleneksel ve modern tasarım yönteminin aynı çizgide eritildiği ve sınırların ortadan kalktığı özgür uygulama alanları sunmaktadır. Görsel iletişim alanlarının böylesi özgür dijital platformlara sahip olması gelecekte daha farklı tasarım keşiflerine yol açacağı ön görülmektedir. Böyle bir değişim içerisinde stok görsel siteleri de oldukça etkin rol almaktadır. Zaman ve hızın çok önemli olduğu dijital çağımızda rekabet de oldukça fazladır. Bu sebeple dijital için tasarlanan görsellerde özel gereksinim duyulmadığı sürece baskı süreci olmamaktadır. Bu tasarımlar firmaların ya da kurumların sosyal platformları üzerinden günlük olarak paylaşılmaktadır. Paylaşılan görseller, takipçi kitlesini arttırmak ve ürünleri pazarlamak için önemli bir reklam girişimidir. Böyle bir ortamda hizmet üreten tasarımcılar hızlı tasarım oluşturma ihtiyacından kaynaklı olarak stok görsel sitelerini sıklıkla kullanmaktadır.

Tasarımcının artık zamana karşı tasarım ürettiği günümüzde neredeyse vazgeçilmez olan stok görseller, bazen tasarımcıya yoğun iş temposunda kolaylık sağlarken bazen de aranan görseli bulmak için sayfalarca bakmak zorunda kaldığı bir platform haline gelmiştir. Tasarımcı gözüyle stok görsel arşivleri bir sevgi/nefret duygusu ile ticaret, yorum ve jenerik yasalarında geçerli olan paralel evrenin bir parçası gibidir. Çok miktarda klişe vardır ve bu sebeple insan arama yaparken hipnotize olur (Benneworth, 2019, s. 108). Çünkü görsel arama süreci, tasarımcıların çok sık karşılaştığı bir durumdur ve benzerlik gösteren görsellerin çokluğu nedeniyle zaman alıcı olabilir. Tasarımcılar, aradıkları görseli bulmak için bir dizi görseli incelemek ve değerlendirmek zorunda kalabilirler. Bu süreçte, zaman zaman aceleci kararlar vermek zorunda kalabilirler. Ancak bazı durumlarda, görsel arama süreci hızlı ve etkili olabilir ve tasarımcılar istedikleri görseli kısa sürede bulabilirler. Bu durum, stok görsel kullanımının hem zorlayıcı hem de kolaylaştırıcı yönlerini yansıtmaktadır.

2. Yöntem

Çalışmanın verilerini toplamak için SPSS yazılımında Frekans, Crosstabs Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Çalışmaya başlamadan önce İstanbul Gedik Üniversitesi Etik Kurul Komisyonundan 21.02.2023 tarih ve E 56365223-050.01.04-2023.13 7548.38-437 sayılı karar ile izin alınmıştır. Her katılımcının kimlik bilgileri korunarak “Gönüllü

Bilgilendirme Formu” ile katılımcılara çalışmanın amacı net bir şekilde açıklanmış ve istedikleri anda çalışmadan ayrılacakları belirtilmiştir.

Çalışmada “betimsel” ve “bağıntısal” tarama yöntemi kullanılmıştır. Betimsel tarama, geniş gruplara uygulanan, gruptaki kişilerin bir olgu ve olaylar üzerindeki görüşlerinin, tutum ve davranışlarının alındığı, olguları ve olayları tasvir etmeye çalışıldığı araştırmalardır (Tanrıoğen, 2012, s. 59). Bu araştırma yöntemiyle nesnelere, kurumların, toplumların yapısını ve olayların işleyiş biçimini tanımlamak mümkündür (Cohen, Manion ve Morrison, 2007, s. 22). Bağıntısal tarama modelinde ise değişkenlerin değişip değişmediğini; eğer değişme varsa nasıl olduğunu saptamaya çalışan tarama modelidir (Bahtiyar ve Can, 2011, s. 50). Farklı bir söylemle bağıntısal araştırmalar değişkenlerin arasındaki ilişkileri incelemektedir (Churchill, 1999, s. 116). Bu modelin temel amacı; iki ya da daha fazla değişken arasında var olduğu düşünülen ilişki derecelerinin, birbirlerini aynı anda etkileme durumlarını ve değişkenlerini incelemektir (Bekman, 2022, s. 238).

2.1. Araştırmanın Örnekleme ve Modeli

Çalışmanın örnekleme olarak yargısal örnekleme yöntemi ile İstanbul'daki devlet ve vakıf üniversitelerinde görsel iletişim tasarımı ve grafik tasarım bölümlerinde eğitim alan öğrenciler ile bu üniversitelerin bölümlerinin sektör temsilcisi olan ajanslarda çalışan tasarımcılar oluşturmuştur. Çalışmanın örnekleminin belirlenmesinde “Tesadüfi Olmayan Örnekleme” türlerinden “Kolayda Örnekleme” tercih edilmiştir.

Anketin çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmesi nedeniyle evrenin tam sayısı belirlenemediğinden Bademci (2005, s. 37-38) tarafından örneklem hesaplama testine göre %95 güvenilirlik düzeyi ve evrenin heterojen varsayımı ile “güven aralığı genişliği” 0,0374 olan testin örneklem sayısı 400 olarak kabul edildiği görülmüştür. Anket uygulamasında bu sayıya ulaşılmaya ve aşılmaya çalışılarak örneklemin geçerliliği artırılmak istenmiştir. Sonuçların daha kararlı çıkması için örneklem sayısı 410 kişi olarak belirlenmiştir.

2.2. Veri Toplama Aracı ve Özellikleri

Çalışmada toplama aracı olarak anket uygulanmıştır. Anket araştırmacının kendisi ile görsel iletişim tasarımı alanında uzman kişiler tarafından amacına uygun şekilde ve özgün olarak geliştirilmiştir. Anket sorularının anlaşılabilir olması için 30 tasarımcı ve tasarımcı aday ile test edilerek, revize edilmiş ve son halini almıştır. Anket verileri için pilot çalışmaya katkı sağlayan 30 katılımcı sonuç verilerine dâhil edilmemiştir. Anket formunda sosyo-demografik özellikleri tespit etmeyi amaçlayan sorular ile görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının tasarım ve tasarımcı üzerindeki etkin rolünü ölçmeye yönelik sorular 3'lü Likert tekniği (katılıyorum (1); kararsızım (2); katılmıyorum, (3)) kullanılarak oluşturulmuştur. Çalışmada kullanılacak anketin SPSS'de Cronbach's alpha değeri hesaplanarak “.824” olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1. Güvenirlilik analizi

Cronbach's Alpha	N
.824	20

2.3. Araştırma Sorusu ve Hipotezler

Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının etkisini cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleri üzerinden anlamlılık durumlarını tespit etmek amacıyla, araştırma sorusu ile hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiş ve çalışmaya dâhil edilmiştir.

Araştırma Sorusu 1: Tasarımcıların stok görseller kullanmayı tercih etmelerinde etkili olan faktörler, cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

H1: Araştırmaya katılanların cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımını tercih etmeleri ve istenilen görsel bulunamadığında alternatif başka stok görsel kullanma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Araştırmaya katılanların cinsiyetine göre, stok görsel kullanımının tasarım fikirlerini etkilemesi ve stok görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamalarının arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Araştırmaya katılanların cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Araştırmaya katılanların cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 2: Tasarımcıların stok görseller kullanmayı tercih etmelerinde etkili olan faktörler, yaş değişkenine göre farklılık göstermekte midir?

H5: Araştırmaya katılanların yaşlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımını tercih etmeleri ve istenilen görsel bulunamadığında alternatif başka stok görsel kullanma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Araştırmaya katılanların yaşlarına göre, stok görsel kullanımının tasarım fikirlerini etkilemesi ve stok görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamalarının arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Araştırmaya katılanların yaşlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Araştırmaya katılanların yaşlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 3: Tasarımcıların stok görseller kullanmayı etmelerinde etkili olan faktörler, eğitim durumlarına göre farklılık göstermekte midir?

H9: Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımını tercih etmeleri ve istenilen görsel bulunamadığında alternatif başka stok görsel kullanma durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına göre, stok görsel kullanımının tasarım fikirlerini etkilemesi ve stok görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamalarının arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H11: Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H12: Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2.4. İstatiksel Analiz

Anket verilerinin girişi ve istatiksel analizler IBM SPSS 20 istatistik programı ile yapılmıştır. Verilerin analizi için Mann-Whitney U (MWU) testi ile Kruskal- Wallis (K-W) testi kullanılmıştır. Mann-Whitney U (MWU) testi iki bağımsız grup arasındaki sıralama farklılıklarının olup olmadığını değerlendirir (Karagöz, 2010, s. 23). Kruskal- Wallis (K-W)

testi, ikiden fazla bağımsız grupların aynı ana kütlelerden çekilmiş olmasını iddia eden sıfır hipotez testinde en fazla kullanılan ve tek yönlü varyans analizi ANOVA'ya benzer bir istatistiksel testtir (Karagöz, 2010, s. 25).

İstatistiksel analizlerde anlamlılık seviyesi 0.05 olarak kullanılmış olup, $p < 0.05$ olması halinde gruplar arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu $p > 0.05$ olması durumunda ise gruplar arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirtilmiştir.

3. Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarına göre araştırma bulguları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcı bilgileri

Demografik Özellikler	Sayı (n)	Yüzde (%)	
Cinsiyetiniz	Kadın	214	52.2
	Erkek	196	47.8
	Toplam	410	100.0
Yaşınız	18-22 yaş	162	39.5
	23-29 yaş	116	28.3
	30-39 yaş	66	16.1
	40-50 yaş	48	11.7
	50 yaş üstü	18	4.4
	Toplam	410	100.0
Eğitim düzeyiniz	Ön Lisans	128	31.2
	Lisans	194	47.3
	Yüksek Lisans	56	13.7
	Doktora	32	7.8
	Toplam	410	100.0

Tablo 2'de katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumu özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Tablo 2'ye göre ankete katılanlardan cinsiyet sorusunu yanıtlayanların %52.2'si kadın, %47.8'i erkek olduğu sonucuna varılmıştır. Ankete katılanların %39.5 oranında 18-22 yaş aralığında olduğu ve sırasıyla %28.3'ünün 23-29 yaş, %16.1'inin 30-39 yaş, %11.7'sinin 40-50 yaş ve %4.4'ünün ise 50 yaş üstü olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların en yüksek eğitim düzeyinin lisans (%47.3) ve sırasıyla ön lisans (%31.2), yüksek lisans (%13.7), doktora (%7.8) olduğu saptanmıştır.

3.1. Katılımcıların Cinsiyeti ile Stok Görsel Kullanma Tercihindeki İlişki

Çalışmada araştırma sorusu 1'den yola çıkarak, katılımcıların cinsiyetlerine göre stok görsel kullanma tercihlerine ilişkin verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek ve 1, 2, 3, 4 numaralı hipotezleri sınamak için Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların cinsiyetlerine göre stok görsel kullanma tercihlerine ilişkin verdikleri cevapların Mann-Whitney U testi sonuçları

	Test Statistics ^a						
	Cinsiyet	N	Mean Rank	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig.(2 tailed)
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı tercih ederim.	Kadın	214	102.55	4624.000	9475.000	-1.610	.107
	Erkek	196	99.87				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, istediğim stok görseli bulamadığımda alternatif başka görsel kullanırım.	Kadın	214	109.13	4912.000	9763.000	-.908	.364
	Erkek	196	105.41				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmak tasarım fikrimi etkiler.	Kadın	214	104.39	5223.000	11001.000	-.050	.960
	Erkek	196	97.60				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görselleri tasarım fikrime göre uyarlarım.	Kadın	214	103.43	4603.500	9454.500	-1.757	.079
	Erkek	196	102.75				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı zamandan tasarruf etmek için faydalı buluyorum.	Kadın	214	109.94	4500.500	9351.500	-1.821	.048
	Erkek	196	95.42				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanarak yaptığım tasarımlar mesleki anlamda beni memnun ediyor.	Kadın	214	104.73	5073.000	4473.500	-.510	.049
	Erkek	196	101.41				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığma inanıyorum.	Kadın	214	110.19	10851.000	9324.500	-2.224	.026
	Erkek	196	95.15				

a. Grouping Variable: Cinsiyetiniz

Tablo 3’de katılımcıların cinsiyet değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının Asymp. Sig. değeri “.107” ve istenilen stok görselin bulunmadığında alternatif başka bir stok görsel kullanımının Asymp. Sig. değeri “.364” olarak tespit edilmiştir. “.107” ve “.364”; $p>0.05$ olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımını tercih etmeleri ve istenilen görsel bulunamadığında alternatif başka stok görsel kullanma durumlarının, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 1 reddedilmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesinin Asymp. Sig. değeri “.960” ve kullanılan stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanmasının Asymp. Sig. değeri “.079” olarak tespit edilmiştir (Tablo 3). “.960” ve “.079”; $p>0.05$ olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesi ve stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanmasının, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 2 reddedilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan kadın katılımcıların zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımı faydalı bulmaları puanı (ortalama=109.94), erkek katılımcılara (ortalama=95.42) göre anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .048 $p<0.05$). Bu duruma göre kadın katılımcıların stok görselleri kullanmayı erkek katılımcılara göre zamandan tasarruf etmede daha faydalı bulduğu tespit edilmiştir (Tablo 3). Bu nedenle hipotez 3 kabul edilmiştir. Tablo

3’de analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan kadın katılımcıların stok görseller ile yapılan tasarımlardan mesleki olarak memnun olmalarının puanı (ortalama= 101.41), erkek katılımcılara (ortalama= 104.73) göre anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .049 p<0.05). Bu duruma göre kadın katılımcıların stok görselleri kullanarak yaptıkları tasarımlardan, mesleki anlamda memnun olma düzeyleri erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan kadın katılımcıların tasarımlarında stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına dair fikirlerinin puanı (ortalama=110.19), erkek katılımcılara (ortalama= 95.15) göre anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .026 p<0.05). Kadın katılımcıların tasarımlarında stok görsel kullanımının alışkanlık yaptığı konusundaki fikirleri erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu nedenle araştırmaya katılanların cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ile mesleki alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş ve hipotez 4 kabul edilmiştir.

3.2. Katılımcıların Yaşı ile Stok Görsel Kullanıma Tercihindeki İlişki

Çalışmada araştırma sorusu 2’den yola çıkarak, katılımcıların yaşlarına göre stok görsel kullanma tercihlerine ilişkin verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek ve 5, 6, 7, 8 numaralı hipotezleri sınamak için Kruskal-Wallis Testi uygulanmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların yaşlarına göre stok görsel kullanma tercihlerine ilişkin verdikleri cevapların Kruskal-Wallis testi sonuçları

		Test Statistics ^a			Kruskal-Wallis	df	Asymp. Sig.
		Yaş	N	Mean Rank			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı tercih ederim.	18-22	162	101.93	1,281	4	.865	
	23-29	116	100.00				
	30-39	66	103.15				
	40-50	48	114.29				
	50 Yaş üstü	18	101.33				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, istediğim stok görseli bulamadığımda alternatif başka görsel kullanırım.	18-22	162	98.38	6,482	4	.166	
	23-29	116	117.22				
	30-39	66	95.58				
	40-50	48	95.04				
	50 Yaş üstü	18	101.33				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmak tasarım fikrimi etkiler.	18-22	162	103.28	3,914	4	3,914	
	23-29	116	96.37				
	30-39	66	117.91				
	40-50	48	103.71				
	50 Yaş üstü	18	86.67				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görselleri tasarım fikrime göre uyarlarım.	18-22	162	105.54	4,341	4	.362	
	23-29	116	109.44				
	30-39	66	87.35				
	40-50	48	102.25				
	50 Yaş üstü	18	98.06				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı zamandan tasarruf etmek için faydalı buluyorum.	18-22	162	117.88	19,367	4	.001	
	23-29	116	79.54				
	30-39	66	91.74				
	40-50	48	116.52				
	50 Yaş üstü	18	125.50				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanarak yaptığım tasarımlar mesleki anlamda beni memnun ediyor.	18-22	162	103.49	10,987	4	.004	
	23-29	116	105.82				
	30-39	66	97.39				
	40-50	48	103.60				
	50 Yaş üstü	18	99.39				
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına inanıyorum.	18-22	162	109.65	10,113	4	.039	
	23-29	116	110.76				
	30-39	66	84.53				
	40-50	48	90.35				
	50 Yaş üstü	18	91.78				

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Yaşınız

Tablo 4’de katılımcıların yaş değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının Asymp. Sig. değeri “.865” ve istenilen stok görselin bulunmadığında alternatif

başka bir stok görsel kullanımının Asymp. Sig. değeri “.166” olarak tespit edilmiştir. “.865” ve “.166”; $p>0.05$ olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanma ve istenilen görselleri bulamadıklarında alternatif görsel kullanma durumlarının, yaş değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 5 reddedilmiştir. Katılımcıların yaş değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesinin Asymp. Sig. değeri “.418” ve kullanılan stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanmasının Asymp. Sig. değeri “.362” olarak tespit edilmiştir (Tablo 4). “.418” ve “.362”; $p>0.05$ olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesi ve stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanmasının, yaş değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 6 reddedilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan 50 yaş üstü katılımcıların zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımı faydalı bulmaları puanı (ortalama=125.50), diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (18-22 yaş ortalama= 117.88; 40-50 yaş ortalama=116.52; 30-39 yaş ortalama=91.74 ve 23-29 yaş ortalama=79.54) göre anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.=,001 $p<0.05$). Bu duruma göre 50 yaş üstü katılımcıların, zaman konusunda stok görselleri kullanmayı, diğer yaş gruplarına göre özellikle de 23-29 yaş katılımcılara göre daha faydalı bulduğu tespit edilmiştir. Asymp. Sig.= ,001”; $p<0.05$ olmasından dolayı ankete katılanların yaşları ile görsel iletişim tasarımı uygulamalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 7 kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre 23-29 yaş arası katılımcıların stok görseller ile yapılan tasarımlardan mesleki olarak memnun olmalarının puanı (ortalama= 105.82), diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (40-50 yaş ortalama= 103.60; 18-22 yaş ortalama= 103.49; 50 yaş üstü ortalama= 99.39; 30-39 yaş ortalama= 97.39) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .004 $p<0.05$). Bu duruma göre 23-29 yaş arası katılımcıların stok görseller ile yapılan tasarımların mesleki olarak memnuniyetlik düzeylerinin, diğer yaş gruplarına göre özellikle de 30-39 yaş katılımcılara göre daha fazla memnun ettiği saptanmıştır. Ayrıca analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan 23-29 yaş arası katılımcıların tasarımlarında stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına dair fikirlerinin puanı (ortalama= 110.76), diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (18-22 yaş ortalama= 109.65; 50 yaş üstü ortalama= 91.78; 40-50 yaş ortalama= 90.35; 30-39 yaş ortalama= 84.53) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .039 $p<0.05$). Bu duruma göre 23-29 yaş arası katılımcıların, tasarımlarında stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına dair fikirlerinin diğer yaş gruplarına göre özellikle de 30-39 yaş katılımcılara göre daha fazla alışkanlık yaptığı tespit edilmiştir. “Asymp. Sig.= .039 $p<0.05$ ” ve “Asymp. Sig.= .004 $p<0.05$ ” olmasından dolayı ankete katılanların yaşlarına göre görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve mesleki alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 8 kabul edilmiştir.

3.3. Katılımcıların Eğitim Durumu ile Stok Görsel Kullanıma Tercihleri Arasındaki İlişki

Çalışmada araştırma sorusu 3'den yola çıkarak, katılımcıların eğitim durumlarına göre stok görsel kullanma tercihlerine ilişkin verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek ve 9, 10, 11, 12 numaralı hipotezleri sınamak için Kruskal-Wallis Testi uygulanmıştır.

Tablo 5. Katılımcıların eğitim durumlarına göre stok görsel kullanma tercihlerine ilişkin verdikleri cevapların Kruskal-Wallis testi sonuçları

Test Statistics ^a						
	Eğitim Durumu	N	Mean Rank	Kruskal-Wallis	df	Asymp. Sig.
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı tercih ederim.	Ön Lisans	128	101.34	2.727	3	.043
	Lisans	194	107.93			
	Yüksek Lisans	56	105.92			
	Doktora	32	83.31			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, istediğim stok görseli bulamadığımda alternatif başka görsel kullanırım.	Ön Lisans	128	90.09	8.489	3	.037
	Lisans	194	113.44			
	Yüksek Lisans	56	98.61			
	Doktora	32	99.00			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmak tasarım fikrimi etkiler.	Ön Lisans	128	113.11	5.746	3	.025
	Lisans	194	93.23			
	Yüksek Lisans	56	108.16			
	Doktora	32	112.75			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görselleri tasarım fikrime göre uyarlarım.	Ön Lisans	128	112.81	8.521	3	.036
	Lisans	194	99.27			
	Yüksek Lisans	56	88.75			
	Doktora	32	83.38			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı zamandan tasarruf etmek için faydalı buluyorum.	Ön Lisans	128	98.03	5.972	3	.113
	Lisans	194	111.82			
	Yüksek Lisans	56	83.84			
	Doktora	32	102.91			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanarak yaptığım tasarımlar mesleki anlamda beni memnun ediyor.	Ön Lisans	128	97.55	4.110	3	.050
	Lisans	194	112.49			
	Yüksek Lisans	56	102.50			
	Doktora	32	98.94			
Görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına inanıyorum.	Ön Lisans	128	96.23	19.787	3	.001
	Lisans	194	117.61			
	Yüksek Lisans	56	83.64			
	Doktora	32	75.41			

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Eğitim Durumunuz

Tablo 5’de analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan lisans mezunu katılımcıların stok görsel kullanımının puanı (ortalama= 107.93), diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (yüksek lisans ortalama= 105.92; ön lisans ortalama= 101.34; doktora ortalama= 83.31) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .043 p<0.05). Bu duruma göre yüksek lisans eğitimi alan katılımcıların, stok görsel kullanımı konusunun, diğer mezuniyet gruplarına göre özellikle de doktora mezunu katılımcılara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan lisans mezunu katılımcıların istenilen stok görselin bulunmadığında alternatif başka bir stok görsel kullanımlarının puanı (ortalama= 113.44), diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (doktora ortalama= 99.00; yüksek lisans ortalama= 98.61; ön lisans ortalama= 90.09) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .037 p<0.05). Bu duruma lisans mezunu katılımcıların istenilen görselleri bulamadıklarında alternatif görsel kullanma durumlarının, diğer mezun gruplarına göre özellikle de ön lisans mezunu katılımcılara göre daha fazla olduğu saptanmıştır. “Asymp. Sig.= .043 p<0.05” ve “Asymp. Sig.= .037 p<0.05” olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanma ve istenilen görselleri bulamadıklarında alternatif görsel kullanma durumları, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olduğu saptanmıştır. Bu nedenle hipotez 9 kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan ön lisans mezunu katılımcıların tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımlarının tasarım fikrini etkilemesinin puanı (ortalama= 113.11), diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (doktora ortalama= 112.75; yüksek lisans ortalama= 108.16; lisans ortalama= 93.23) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .025 p<0.05). Bu duruma göre ön lisans mezunu katılımcıların, stok görsel kullanmalarının tasarım fikirlerini, diğer mezuniyet gruplarına göre özellikle de lisans mezunu katılımcılara kıyasla daha fazla etkilediği tespit edilmiştir (Tablo 5). Ayrıca analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan ön lisans mezunu katılımcıların kullandıkları stok görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamalarının puanı (ortalama= 112.81), diğer mezun

gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (lisans ortalama= 99.27; yüksek lisans ortalama= 88.74; doktora ortalama= 83.38) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .036 $p<0.05$). Bu duruma göre ön lisans mezunu katılımcıların stok görselleri tasarım fikirlerine göre özellikle doktora eğitilmiş katılımcılara kıyasla daha fazla uyarladığı tespit edilmiştir. “Asymp. Sig.= .025 $p<0.05$ ” ve “Asymp. Sig.= .036 $p<0.05$ ” olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesi ve stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanmasının, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 10 kabul edilmiştir. Tablo 5’de katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre tasarım çalışmalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmalarının Asymp. Sig. değeri “.113” olarak görülmektedir. “.113”; $p>0.05$ olmasından dolayı ankete katılanların eğitim durumu ile görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmalarının zaman konusunda fayda sağlaması arasında anlamlı bir ilişkisinin olmadığı saptanmıştır. Bu nedenle hipotez 11 reddedilmiştir. Ayrıca analiz sonuçlarına göre lisans mezunu katılımcıların stok görseller ile yapılan tasarımlardan mesleki olarak memnun olmalarının puanı (ortalama= 112.49), diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (yüksek lisans ortalama= 102.50; doktora ortalama= 98.94; ön lisans ortalama= 97.55) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .050 $p<0.05$). Sonuç olarak lisans mezunu katılımcıların stok görseller ile yapılan tasarımların mesleki olarak memnuniyetlik düzeylerinin, diğer mezun gruplarına göre özellikle ön lisans mezunu katılımcılarına göre daha fazla olduğu saptanmıştır. Tablo 5’de analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan lisans mezunu katılımcıların stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına dair fikirlerinin puanı (ortalama= 117.61), diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre sırasıyla (ön lisans ortalama= 96.23; yüksek lisans ortalama= 83.64; doktora ortalama= 75.41) anlamlı şekilde daha yüksektir (Asymp. Sig.= .001 $p<0.05$). Bu duruma göre lisans mezunu katılımcıların, tasarımlarında stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yaptığına dair fikirlerinin diğer mezun gruplarına göre özellikle de doktora katılımcılara göre daha fazla memnun ettiği yaptığı tespit edilmiştir. “Asymp. Sig.= .001 $p<0.05$ ” ve “Asymp. Sig.= .050 $p<0.05$ ” olmasından dolayı ankete katılanların görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yapması ve stok görsel kullanılarak yapılan tasarımların memnuniyetlik düzeylerinin, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 12 kabul edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Görsel iletişim tasarımı, izleyicilere sunulan ürün veya hizmeti açık ve doğrudan anlamlandırmalarını sağlayacak şekilde en doğru görselleri kullanmayı amaçlar. Bu nedenle görsel iletişim tasarımı uygulamalarında video, fotoğraf, tipografi ya da illüstrasyon gibi görsel unsurların ileteceği mesaja, içeriğe ve zamana göre seçilmesi önemlidir. Günümüzde ihtiyaç duyulan görselin dakikalar içerisinde tasarımcının sahip olması stok siteler sayesinde sağlanmaktadır. Fakat bu durum tasarım süreç ve yöntemlerini tamamen değiştirmiştir. Çalışmada görsel iletişim tasarımı uygulamalarında kullanılan stok görsellerin, tasarım eğitimi alan öğrencilerin, akademisyenlerin ve sektörde çalışan tasarımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleri üzerinden etkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmış ve şu sonuçlara ulaşılmıştır:

410 kişiden oluşan anket katılımcılarının cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı tercih etmeleri .107 $p>0.05$ ve istenilen görselin bulunmadığında alternatif başka bir stok görsel kullanma durumları .364 $p>0.05$ olarak tespit edilmiştir. Bu nedenle katılımcıların cinsiyeti ile stok görsel kullanımını tercih etmeleri ve istenilen görsel bulunmadığında alternatif başka stok görsel kullanma durumları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varılarak hipotez 1 reddedilmiştir.

Anket çalışması çerçevesinde katılımcıların cinsiyet değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesi .960 $p>0.05$ ve kullanılan stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanması .079 $p>0.05$ olarak tespit edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların cinsiyetine göre, stok görsel kullanmalarının tasarım fikirlerini etkilemesi ve stok

görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamalarının arasında anlamlı bir ilişki olmadığı için hipotez 2 reddedilmiştir.

Çalışmada katılımcıların cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını sınınanmış ve analiz sonucu $.048 p < 0.05$ olarak tespit edilerek, hipotez 3 kabul edilmiştir. Bu sonuca göre kadın katılımcılar (ortalama=109.94), zaman konusunda stok görsel kullanımını erkek katılımcılara (ortalama= 95.42) göre daha faydalı bulduğu tespit edilmiştir. Bu durum kadınların, erkeklere göre tasarım konusunda zamanı daha verimli kullanmak istemeleri şeklinde yorumlanabilir. Kadın tasarımcıların, erkek tasarımcılara göre stok sitelerdeki görsellerden alıntı ya da ilham alarak yeni tasarım fikirleri oluşturdukları da söylenebilir.

Katılımcıların cinsiyetine göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ($.049 p < 0.05$) ve mesleki alışkanlık yapması ($.026 p < 0.05$) arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş ve hipotez 4 kabul edilmiştir. Bu sonuca göre kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre tasarım yaparken stok görsellere daha çok bağlı kaldıkları ve bu durumun kendilerinde mesleki alışkanlık yaptığı şeklinde yorumlanabilir.

Anket çalışmasına katılan katılımcıların yaşlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı tercih etmeleri ($.865 p > 0.05$) ve istenilen görselin bulunmadığında alternatif başka bir stok görsel kullanma durumları ($.166 p > 0.05$) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiş ve hipotez 5 reddedilmiştir.

Katılımcıların yaş değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesi $.418 p > 0.05$ ve kullanılan stok görselin tasarım fikrine göre uyarlanması $.362 p > 0.05$ olarak tespit edilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların yaşlarına göre, stok görsel kullanımının tasarım fikirlerini etkilemesi ve stok görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamalarının arasında anlamlı bir ilişki olmadığı için hipotez 6 reddedilmiştir.

Çalışmada katılımcıların yaşlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını sınınanmış ve analiz sonucu $.001 p < 0.05$ olarak tespit edilerek, hipotez 7 kabul edilmiştir. Bu sonuca göre 50 yaş üstü katılımcılar (ortalama=125.50), zaman konusunda stok görsel kullanımını diğer yaş grubundaki katılımcılara göre daha faydalı bulduğu tespit edilmiştir. Bu durum 50 yaş üstü tasarımcıların diğer yaş grubundaki tasarımcılara göre tasarım konusunda zamanı daha verimli kullanmak istemeleri şeklinde yorumlanabilir.

Anket çalışmasına katılan 23-29 yaş arası katılımcıların (ortalama=105.82) diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik düzeyleri anlamlı şekilde daha yüksektir ($.004 p < 0.05$). Bu sonuca göre 23-29 yaş arasındaki katılımcıların, tasarımlarında stok görsel kullanmada diğer yaş grubundaki katılımcılara göre daha istekli olduğu ve stok görsel kullanılarak yapılan tasarımların sonuçlarından daha memnun oldukları şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca 23-29 yaş arası katılımcıların (ortalama=110.76) diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yattığına dair düşünceleri anlamlı şekilde daha yüksektir ($.039 p < 0.05$). 23-29 yaş arası katılımcıların tasarım yaparken stok görsellere daha çok bağlı kaldıklarını ve mesleki alışkanlık açısından daha çok etkilendikleri söylenebilir. Sonuç olarak, katılımcıların yaşlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş ve hipotez 8 kabul edilmiştir.

Ankete katılan katılımcıların eğitim durumuna göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında, stok görsel kullanmayı tercih etmeleri arasındaki ilişki analiz edildiğinde, lisans mezunu katılımcıların (ortalama= 107.93) diğer mezun(lisans, yüksek lisans, doktora)

katılımcılara göre anlamlı şekilde daha yüksektir (.043 $p < 0.05$) ve istenilen görselin bulunmadığında alternatif başka bir stok görsel kullanma durumları .364 $p > 0.05$ olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre lisans eğitimi alan katılımcıların, tasarımlarında stok görsellere daha çok yer verdiği ve stok görselleri aktif bir şekilde kullandıkları ayrıca stok sitelerde istenilen görseller bulunmadığında alternatif görsellerin kullanılmasını olumlu karşıladıkları öngörülebilmektedir. Bu nedenle hipotez 9 kabul edilmiştir.

Çalışmada katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre tasarım çalışmalarında stok görsel kullanımının tasarım fikrini etkilemesi .025 $p < 0.05$ ve kullanılan stok görselin tasarım fikrine göre uyarlamalarının .036 $p < 0.05$ arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre ön lisans mezunu katılımcıların, (ortalama=113,11) stok görsel kullanımında tasarım fikirlerinin, diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla etkilendiği sonucuna varılmıştır. Bu durum, ön lisans mezunu katılımcıların stok sitelerden hem görsel hem de fikir üretme anlamında fayda sağladığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca ön lisans mezunu katılımcıların, (ortalama=112.81) stok görselleri tasarım fikirlerine göre uyarlamaları, diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuca göre ön lisans mezunu katılımcıların stok görsel kullanırken kendi fikirlerine daha çok bağlı kaldıkları ve stok görselleri fikirlerine göre farklılaştırarak kullandıkları şeklinde yorumlanabilir. Bir başka deyişle ön lisans mezunu tasarımcılar stok bir görselle bağlı kalarak tasarım fikirlerini şekillendirdikleri için tasarımdaki yaratıcılık seviyeleri diğer eğitim düzeyindeki (lisans, yüksek lisans ve doktora) katılımcılara göre düşüktür. Bu bağlamda hipotez 10 kabul edilmiştir.

Çalışmaya katılanların eğitim durumlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı bulmaları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı analiz sonuçlarına göre .113 $p > 0.05$ olarak tespit edilmiştir. Bu nedenle hipotez 11 reddedilmiştir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve mesleki alışkanlık yapması arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çıkan sonuçlara göre lisans mezunu katılımcıların, diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik düzeyleri anlamlı şekilde daha yüksektir (.050 $p < 0.05$). Bu bağlamda lisans mezunu katılımcıların, (ortalama=112.49) tasarımlarında stok görsel kullanmada diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre daha istekli oldukları ve stok görsel kullanılarak yapılan tasarımların sonuçlarından daha memnun kaldıkları şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca anket çalışması çerçevesinde araştırmaya katılan lisans mezunu katılımcıların, (ortalama= 117.61) diğer mezun gruplarındaki katılımcılara göre stok görsel kullanımının mesleki alışkanlık yattığına dair düşünceleri anlamlı şekilde daha yüksektir (.001 $p < 0.05$). Lisans mezunu katılımcıların tasarım yaparken stok görsellere daha çok bağlı kaldıklarını ve mesleki alışkanlık açısından daha çok etkilendikleri şeklinde yorumlanabilir. Sonuç olarak, katılımcıların eğitim durumlarına göre, görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanımının mesleki anlamda memnuniyetlik sağlaması ve mesleki alışkanlık yapması arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş ve hipotez 12 kabul edilmiştir.

Çalışmada sonuç olarak tasarım eğitimi alan öğrencilerin, akademisyenlerin ve sektörde çalışan tasarımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenlerine göre görsel iletişim tasarımı uygulamalarında stok görsel kullanmalarının mesleki anlamda memnuniyetlik sağladığı ve mesleki alışkanlık yaptığı tespit edilmiştir. Özellikle kadın, 23-29 yaş aralığındaki lisans mezunu katılımcıların tasarımlarında stok görsel kullanmalarının, kendilerinde mesleki anlamda memnuniyetlik sağladığı ve mesleki alışkanlık yaptığı sonucuna varılmıştır. Bunun yanı sıra tasarım eğitimi alan öğrencilerin, akademisyenlerin ve sektörde çalışan tasarımcıların cinsiyet (kadın katılımcılar), yaş (50 yaş üstü katılımcılar) değişkenlerine göre görsel iletişim tasarımı uygulamalarında zamandan tasarruf etmek için stok görsel kullanımını faydalı buldukları saptanmıştır. Ayrıca tasarım eğitimi alan öğrencilerin, akademisyenlerin ve sektörde çalışan

tasarımcıların eğitim değişkenlerine göre (lisans mezunu katılımcılar) stok görsel kullanmayı tercih ettikleri, istenilen görseli bulunmadıklarında alternatif başka bir stok görsel kullandıkları, stok görsel kullanımlarının tasarım fikirlerini etkilediği ya da stok görselleri tasarım fikrine göre uyarladıkları tespit edilmiştir.

Çalışmanın bulguları ve sonuçları, tasarımcıların diğer demografik değişkenleri üzerinde çalışılması açısından yol göstericidir. Ayrıca çalışmanın nicel araştırma teknik ve yöntemleri ile gerçekleştirildiğinden aynı konu nitel ve karma modellerde çalışmalarda gerçekleştirilerek alana önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Görsel grafik tasarım sözlüğü* (B. Barhana, Çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Aykan, O. A. (2008). *Grafik tasarımda etik "Grafik tasarımcının sosyal ve kültürel sorumlulukları* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bademci, V. (2005). Testler güvenilir değildir: Ölçüm güvenilirliğine yeterli dikkat ve güvenilirlik çalışmaları için örneklem büyüklüğü. *Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 33-45. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esef/issue/28804/308190>.
- Bahtiyar, A. & Can, B. (2016). Fen öğretmen adaylarının bilimsel süreç becerileri ile bilimsel araştırmaya yönelik tutumlarının incelenmesi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (42), 47-58. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/deubefd/issue/35757/399518>.
- Barez-Brown, C. (2008). *Kıça şaplak atan fikirler nasıl üretilir* (H. Mesci, Çev.). İstanbul: Reklamcılık Vakfı Yayınları.
- Bedir Erişti, S. D. (2021). *Görsel araştırma yöntemleri: Teori, uygulama ve örnek*. Ankara: Pegem Akademi.
- Bekman, M. (2022). Halkla ilişkiler uygulamalarında nicel araştırma yöntemi: İlişkisel tarama modeli. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 6(16), 238-258. <https://doi.org/10.54707/meric.1143322>.
- Benneworth-Gray, D. (2019). *Stok fotoğraf arşivlerinin şaşırtıcı derinliği*. GMK Yazılar, 198. <https://gmk.org.tr/uploads/news/file-1551531257879901347.pdf>.
- Berman, D. B. (2013). *Do good design*. USA: New Riders Pub.
- Churchill, G. A. (1999). *Marketing research; methodological foundation, Seventh edition*. Orlando: The Dryden Press.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. USA: Routledge.
- Ertürk, M. (2017). Sorumluluk kavramı üzerinden görsel iletişim tasarımında etik ve eğitimi. *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 10(20), 730- 742. <https://doi.org/10.21602/sduarte.334833>.
- Facebook. (2022). *30 Ağustos Zafer Bayramımız Kutlu Olsun, Erdem Yayın Grubu*. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=492902112837618&set=a.465074662287030> (Erişim tarihi: 12.11.2022).
- Fisher, J. B., & Fortmann, L. (2010). Governing the data commons: *Policy, practice and the advancement of science*. *Information & Management*, 47(4), 237-245. <https://doi.org/10.1016/j.im.2010.04.001>.
- Frosh, P. (2001). Inside the image factory: Stock photography and cultural production. *Media Culture Society*, 23(5), 625-646. <https://doi.org/10.1177/016344301023005005>.

- Gezgin, S. (2002). *Basında fotoğrafçılık*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Hatırnaz, B. (2014). *Kültür endüstrisi bağlamında stok fotoğrafçılığın dönüşümü: Dijital çağda mikrostok endüstrisi ve içerik üretimi* (Doktora tezi). Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Instagram. (2021). *30 Ağustos Zafer Bayramımız Kutlu Olsun, Ümraniye Belediyesi*. <https://www.instagram.com/p/CTMTTfwo6KW/> (Erişim tarihi: 13.11.2022)
- İlisulu, T. İ. (2019). Güncel tasarım yaklaşımlarına genel bir bakış. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 1(43), 20-36. <https://doi.org/10.32547/ataunigsed.536788>
- Karabacak, Z. İ. (2013). Stok fotoğrafçılık üzerine bir değerlendirme. *İdil Dergisi*, 2(8), 167-177. <https://docplayer.biz.tr/751441-Stok-fotografcilik-uzerine-bir-degerlendirme.html>.
- Kınık, M. (2015). Grafik tasarımda intihal ve etik. *International Journal of Humanities and Education*, 1(2), 304- 322. http://www.ijhe.org/Published/201510_002_1_008.pdf.
- Pelikan Kitabevi. (2023). *Kurumsal Kaynak Planlaması*. <https://www.pelikankitabevi.com.-tr/kurumsal-kaynak-planlamasi-1> (Erişim tarihi: 12.01.2023).
- Rose, G. (2009). *Visual methodology: An introduction to the interpretation of visual materials*. Los Angeles: Sage Publications.
- Shutterstock. (2021). *30 Ağustos Zafer Bayramı görsel*. <https://www.shutterstock.com/tr/image-illustration/istanbul-turkey-august-30-1922-translation-1797415162> (Erişim tarihi: 13.11.2022).
- Shutterstock. (2021). *Kurumsal kaynak planlaması ERP kavram imajı*. <https://www.shutterstock.com/image-photo/enterprise-resource-planning-erp-concept-businessman-586569623> (Erişim tarihi: 12.12.2022).
- Söğüt, Y., & Öngel, A. (2022). Yeni medya-dijitalleşme ve tık odaklılık: Habertürk ve Hürriyet gazetesi örneği. *ESAM Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 212-230. <https://doi.org/10.53662/esamdergisi.1073093>
- Tanrıoğen, A. (Ed.) (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayınları.
- Taşçıoğlu, M., Erdoğan Aydın, D. (2015). Grafik tasarımın bilgilendirme ve yönlendirme tasarımındaki rolü ve Londra Eskişehir örnekleri üzerinden bir inceleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 227- 245. <https://doi.org/10.20488/austd.19088>.
- Topçuoğlu, N. (2010). *Fotoğraf ölmedi ama tuhaf kokuyor*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Uyan Dur, B. İ. (2015). Türk görsel iletişim tasarımı ve kültürel değerlerle bağları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 443-453. DOI: 10.17719/jisr.20153710615.
- Zhu, D. (2014). *The application of computer image processing technology in the fine arts creation* [Öz]. 2014 IEEE Workshop on Advanced Research and Technology in Industry Applications (WARTIA), Ottawa, ON, Canada. <https://doi.org/10.1109/WARTIA.-2014.6976390>.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: İstanbul Gedik Üniversitesi Etik Kurul Komisyonu

Tarih: 21.02.2023

No: E-56365223-050.01.04-2023.137548.38-437

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI


1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar

Syrian Children under Temporary Protection

Doç. Dr. Derya KAYMA ¹

Öz

Göç, nedenine göre farklılık gösterse de tarihsel süreçte hep var olan bir sosyal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada göç olgusu 2011 yılı sonrasında Suriye'den kitlesel göç hareketiyle Türkiye'ye gelen geçici koruma altındaki Suriyeli çocuklar odağında incelenmiştir. Geçici koruma altındaki Suriyeli çocukların eğitim, sağlık, çalışma hayatları ve sosyal yardımlardan yararlanma durumları dünya ve Türkiye verileri ile karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda Suriyeli çocukların her yıl eğitim-öğretim hizmetlerinden daha fazla yararlandığı ancak eğitim-öğretime katılım oranlarının Türkiye ortalamasının gerisinde olduğu belirlenmiştir. Suriyeli çocuklar psikolojik ve psikiyatrik sağlık hizmetlerine daha fazla ihtiyaç duymakla zor koşullarda ve ucuz iş gücü olarak çalışan Suriyeli çocukların yaş gruplarına göre çalışma oranları Türkiye ile benzer, dünya ile ise tam tersi bir özellik göstermektedir. Suriyelilerin genel olarak kişi başına düşen milli gelirleri dünya ve Türkiye'nin oldukça altında olduğu dolayısıyla Suriyeli çocukların sosyoekonomik koşullar bakımından önemli yetersizliklere sahip olduğu anlaşılmıştır. Var olan bulgular geçici koruma altındaki Suriyeli çocukların eğitim, sağlık, çalışma hayatlarında ve sosyoekonomik koşullarında yetersizliklerin bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, var olan hizmet ve programların sürdürülebilirliğinin sağlanarak yeni hizmet ve programlar geliştirilmesi ihtiyacı söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: Göç, geçici koruma altındaki Suriyeli çocuklar, eğitim, sağlık, çalışma hayatı

Makale Türü: Derleme

Abstract

Although migration varies depending on its reason, it appears as a social problem that has always existed throughout history. In this study, the phenomenon of migration was examined with the focus on Syrian children under temporary protection who came to Türkiye with the mass migration from Syria after 2011. The education, health, working life and social assistance benefits of Syrian children under temporary protection were compared with world and Türkiye data. As a result of the study, it was determined that Syrian children benefit more from education and training services every year, but their participation rates in education are behind the Türkiye's average. Syrian children need psychological and psychiatric health services more, and the working rates of Syrian children, who work under difficult conditions and as cheap labor, according to their age groups, are similar to Türkiye and the opposite to the world. It has been understood that the per capita national income of Syrians is generally well below that of the world and Türkiye, so Syrian children have significant deficiencies in terms of socioeconomic conditions. Existing findings show that there are deficiencies in the education, health, working life and socioeconomic conditions of Syrian children under temporary protection. Therefore, there is a need to develop new services and programs by ensuring the sustainability of existing services and programs.

Keywords: Migration, Syrian children under temporary protection, education, health, work life

Paper Type: Review

¹Manisa Celâl Bayar Üniversitesi, Kırkağaç Meslek Yüksekokulu, deryakayma@gmail.com

Giriş

Göç, farklı nedenlerle insanların bireysel, küçük gruplarla veya kitlesel olarak gerçekleştirdikleri coğrafi yer değiştirme eylemi olarak tanımlanmaktadır. İnsani hareketliliğe neden olan nedenler genellikle politik, ekonomik, sosyal veya dini olabilmektedir. İnsanlar hayat standartlarını yükseltmek amacıyla gönüllü olarak göç edebileceği gibi yaşanan coğrafyada gerçekleşen ekonomik krizler, savaşlar, doğal afetler, siyasi veya dini baskılar vb. gibi nedenlerle de zorunlu göçe maruz kalabilmektedir. Göç etme nedenlerine bağlı olarak göç eden bireyler göçmen, mülteci, sığınmacı, geçici koruma altındaki birey gibi farklı kavramlarla tanımlanmaktadır. Irkı, dini, tabiiyeti, bir toplumsal gruba dahil olması veya siyasi düşüncesi nedeniyle zulme uğrama riski bulunan, bu nedenle vatandaşı olduğu ülkeye dönemeyen, ülkesini terk ederek kendi ülkesi dışında başka bir ülke tarafından korunmak isteyen (Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin Cenevre Sözleşmesi, 1951) kişilere mülteci denilmektedir. Kendi ülkesinde bulunma veya dönme ihtimalinde yaşam riski bulunan bu bireylerin başka bir ülkeye giderek uluslararası koruma başvurusunda bulunan ancak başvuru süresi henüz sonuçlanmamış kişilere sığınmacı denilmektedir. Geçici koruma ise kendi ülkesinden zorla ayrılmış, ülkesine geri dönmesi mümkün olmayan, bireysel veya kitlesel bir şekilde Türkiye'nin sınırlarına gelen veya sınırlardan geçen, koruma başvurusu ise değerlendirmeye alınamayan kişilere verilen bir korumadır (Geçici Koruma Yönetmeliği, md. 3/1-f). Mülteci, sığınmacı ve geçici koruma altındaki kişilerin ülkelerine dönme durumunda önemli riskler ile karşı karşıya kalma durumu olması nedeniyle zorunlu göç yaşamaları söz konusudur. Ancak göçmenler kendi istekleriyle kendi ülkesinden ayrılan kişilerdir.

2020 yılının son çeyreğinde dünyada yaşanan çatışmalar, savaşlar, terör olayları ile birlikte önemli insan hakkı ihlalleri ve ekonomik yetersizlikler nedenleriyle 48 milyon kişi kendi ülkesi içinde 82.4 milyon kişi ise dünyada zorla yerinden edilmiştir. Dünya'da 26,4 milyon mülteci bulunmakla birlikte 4.1 milyon sığınmacı bulunmaktadır (UNHCR, 2020). Avrupa Sığınma Destek Ofisi'nin Sığınma Raporu (EASO, 2020)'na göre dünya genelindeki mülteci sayısının büyük çoğunluğunu (1/3) 6.6 milyon Suriyeli oluşturmaktadır. Ülkesinde 2011 yılında başlayan çatışmalardan kaynaklı olarak ülkesinden ayrılmak zorunda kalan Suriyeliler Türkiye başta olmak üzere aynı coğrafya üzerinde bulunan Irak, Lübnan, Ürdün ve Mısır gibi ülkelere göç etmek zorunda kalmıştır. Göç eden Suriyelilerin yarısından fazlasını ise kadınlar ve çocuklar oluşturmaktadır (AFAD, 2014). Avrupa Birliği ülkelerine yapılan uluslararası koruma başvurularında da Suriyeli mültecilerin büyük çoğunluğunu oluşturduğu görülmektedir. Türkiye ise kayıtlı Suriyeli mültecilerin en yoğun olarak bulunduğu ülkeler arasında birinci sırada gelmektedir.

Türkiye tarih boyunca bulunduğu coğrafyada Avrupa ile Asya kıtaları arasında transit konumunda olmasından dolayı sürekli göç alan ve göç veren bir ülkedir. Ancak 2010'lu yıllarda Tunus ve Mısır gibi farklı Arap ülkelerinde başlayan isyan ve iç savaşların Suriye'ye de sıçraması ile birlikte Türkiye çok ciddi bir göç ile karşı karşıya kalmıştır. İlk olarak 2011 yılının Nisan ayında başlayan bu göçmen hareketliliği zamanla kitlesel bir göç hareketliliğine dönüşmüştür.

Dünya genelinde mültecilerin insan hakkı ihlallerine uğramaması için Fournier (2021, s. 1-9) tarafından mültecilere sağlanması gereken haklar temel ilkeler ile belirlenmiştir. Bu ilkeler;

- Yaşanan göçün güvenliği sağlanarak insan haklarına tüm devletler tarafından uyulmalıdır.
- Göç eden bireylere yönelik ayrımcılık engellenmelidir.
- Göç eden bireylerin adalet mekanizmalarına erişimi sağlanmalıdır.
- Göç eden bireylerin en temel haklarından biri olan yaşam hakları garanti altına alınmalıdır ve riskli durumlarda acil yardım hizmetleri sunulmalıdır.
- Tüm devletler ülke sınırlarında yönetimi sağlamalı ve insan onuru ilkesini göz etmelidir.

- Uluslararası mevzuatlara uygun olarak geri dönüşler sağlanmalıdır.
- Göç eden bireyler her türlü şiddet, işkence ve sömürüden korunmalıdır.
- Göç eden bireylerin keyfi gözaltına alınması engellenmelidir.
- Devletler göç eden bireylerin aile bütünlüğünü korumalıdır ve aile bütünlüğünü sağlama konusunda kolaylaştırıcı olmalıdır.
- Göç eden tüm bireylerin fiziksel veya zihinsel tüm sağlık hizmetlerinden yararlandırılması gerekmektedir.
- Tüm yetkililer göç eden bireylerin yaşam standartlarını insan boyutta sürdürebilmeleri için gerekli çabayı göstermelidir.
- Göç eden bireylerin çalışma, eğitim, bilgi edinime hakları güvence altına alınmalıdır.
- Kitlesel zorunlu göçler de dahil olmak üzere göçe verilen tüm yanıtların izlendiğinden ve hesap verebilir olduğundan emin olunmalıdır.
- Göç eden bireylerin hak savunuculuğunu yapan etkinliklerine saygı duyulmalıdır.
- Göç eden bireylerin kişisel bilgileri ve mahremiyetleri korunmalıdır, ayrıca göç eden bireyleri ayırtıran bulgular toplanmalıdır.
- İnsanların haklarını koruyan ve cinsiyet farklılıklarına duyarlı göç yönetimi sağlanmalıdır.

Çocuklara özgü olarak ise bu temel ilkelere ek olarak;

- Çocukların gözaltına alınması söz konusu olmamalıdır.
- Göçe maruz kalan çocukların çocuk oldukları göz önüne alınarak tüm hakları korunmalıdır.
- Göç eden kadın ve kız çocuklarının hakları korunmalıdır.

Bu temel ilkelerin uygulanabilmesi için Türkiye'ye sığınan Suriyelilerin hayatı risklerinin ortadan kaldırılabilmesi ve yaşamlarını güvenli bir şekilde sürdürebilmeleri için sosyal, ekonomik ve politik anlamda birçok yeni düzenleme yapılmıştır. Öncelikle 2012 tarihinde İçişleri Bakanlığı tarafından Türkiye'ye Toplu Sığınma Amacıyla Gelen Suriye Arap Cumhuriyeti Vatandaşlarının ve Suriye Arap Cumhuriyetinde İkamet Eden Vatansız Kişilerin Kabulüne ve Barındırılmasına İlişkin Yönerge (Göç İdaresi Başkanlığı [GİB], 2022a) yürürlüğe koyulmuş daha sonra Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu (YUKK) 2013 yılında yürürlüğe girmiştir. Yapılan yeni mevzuat düzenlemelerinin temel amacı yaşanan kitlesel göç sonucunda gelen insanların acil korunma ihtiyaçlarının karşılanarak hayati veya kötü muamele riski olan ülkelere geri gönderilmemesi kaydıyla insan haklarına uygun temel asgari standartlarla barınma imkânı sunabilmektir. Dolayısıyla göç ile gelen Suriyeliler mülteci olarak sıfatlandırılmamakta Suriyelilere geçici koruma statüsü verilmektedir. YUKK'na göre geçici koruma, zorla ülkesinden ayrılmış ve ülkesine geri dönemeyen, geçici koruma talep ederek acilen toplu bir şekilde Türkiye'nin sınırlarına gelen ve geçen yabancı uyruklu kişilere sağlanan bir hak (91. md.) olarak tanımlanmaktadır.

2019 yılında toplam 80.000 Suriyeli uluslararası koruma başvurusunda bulunmuştur. Bu başvuruların 17.700'ünü tek başına göç eden veya göç sürecinde ailesini kaybeden refakatsiz çocuklar oluşturmaktadır. Bu çocukların %86'sı erkek olup %90'ı 14-18 yaş arasında bulunmaktadır (EASO, 2020). Refakatsiz çocuklar ile birlikte aile bireyleri ile başvuran çocukların da bulunduğu düşünüldüğünde göç hareketliliklerinde çocukların önemli bir yerinin bulunduğu söylenebilir. Çocukların her ne nedenle olursa olsun yaşam yerlerinden ayrılmak zorunda bırakılarak göçe maruz bırakılması onların sağlıklı gelişimlerini olumsuz etkileyen en önemli etkenlerden biridir. Çocuklar göç öncesi, göç süreci ve göç sonrasında birçok risk ile karşı karşıya kalmaktadır. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nin yaşanan göç sonrası Türkiye'deki Suriyeli çocukların karşı karşıya kaldığı risk unsurlarını değerlendirdiği araştırma sonuçlarına göre çocukların yarısından fazlasının (%51) psikolojik sorunlar ile karşı karşıya kaldığı belirlenmiştir. Psikolojik sorunları %25 ile eğitimin sonlanması, %11 ile çocuk işçiliği izlemektedir. Çocuk istismarı, çocuk evlilikleri, refakatsiz çocuklar, evsizlik, aile içi şiddet, doğduktan sonra kayıtsız birey gibi farklı riskler de bulunmaktadır (UNHCR, 2015).

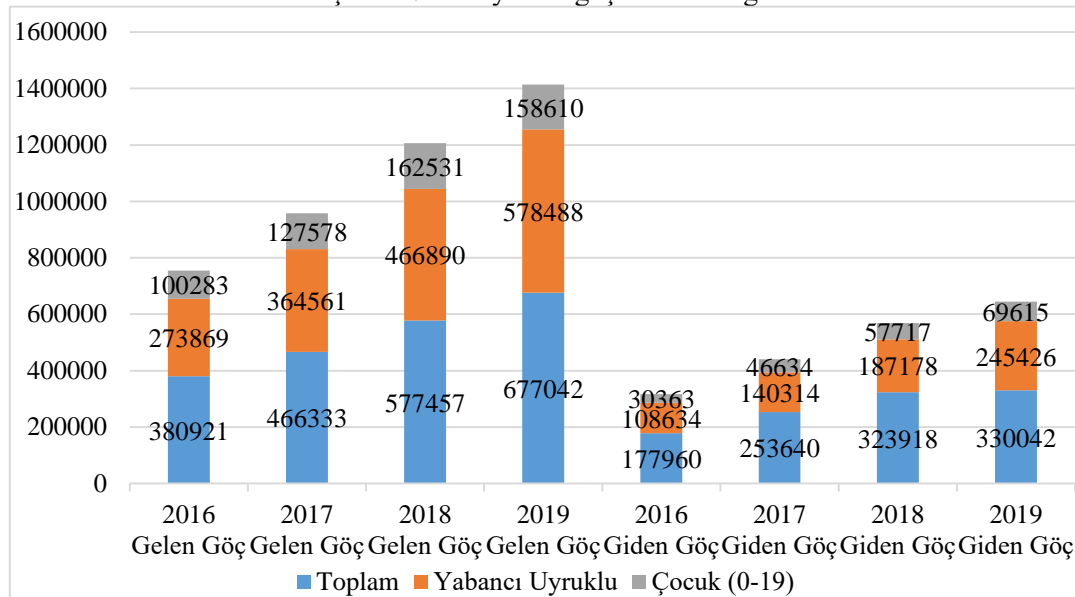
Çocuk Hakları Sözleşmesi (ÇHS)'ne göre çocukların doğmadan önce ve sonrasında en başta yaşama, korunma, gelişme ve katılma olmak üzere barınma, beslenme, eğitim, sağlık, kötü muameleye ve sömürüye karşı korunma vb. gibi sahip oldukları temel hakları bulunmaktadır. Bu haklar çocukların üstün yararını sağlamakla birlikte çocukların sağlıklı bir birey olarak gelişmesini de desteklemektedir. ÇHS dünya çocuklarının tüm bu haklarını bütünleştirerek çocuklarla ilgili anayasası niteliğindedir. Türkiye'nin de dahil olduğu en fazla katılım gösterilen ve 196 ülke tarafından onaylanan bir insan hakları belgesi olan ÇHS'ne göre; sözleşmeye imza atan tüm devletler; sınırları içinde olan tüm çocukları tanımakla birlikte hiçbir ayırım yapmaksızın çocukların haklarını güvence altına alır (Md. 2/1). Aynı şekilde sözleşmenin 22. maddesinde mülteci ve sığınmacı çocuklara ilişkin olarak da ayrı bir düzenleme yapılarak taraf devletlerin sınırları içindeki sığınmacı veya mülteci statüsündeki tüm çocukların belirtilen haklar çerçevesinde ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için de devletlere bazı sorumluluklar verilmiştir. Sözleşmede ilk olarak yaşama hakkına yer verilmiştir (6. md.) Sadece doğum sonrası değil çocuğun doğum öncesinde de yaşam hakkının devamı için tüm taraf devletler gerekli önlemleri almakla mükelleftir. Sözleşmede çocukların sağlık (24. md.), korunma (20 ve 25. md.), eğitim (28. md.), çalışma (32. md.) haklarına dair de özel maddeler düzenlenmiştir.

Uluslararası ve ulusal düzeyde yapılan tüm mevzuat düzenlemeleri mülteci çocukların göç süreçlerinde ve sonrasında yaşayabilecekleri olası sorunlar karşısında temel haklarını güvence altına almaktır. Bu kapsamda bu çalışmada öncelikli olarak Türkiye'deki göç hareketliliği incelenmiştir. Sonrasında geçici koruma altındaki Suriyeli çocukların ulusal ve uluslararası mevzuatça da güvenceye alınması önerilen en temel haklarından olan eğitim, sağlık, çalışma, sosyal yardım ve korunma gibi temel haklara erişimi resmi istatistikler ve araştırma sonuçları ile değerlendirilmiştir.

1. Türkiye'de Göç ve Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler

Asya ve Avrupa arasındaki coğrafi konum itibari Türkiye'de sürekli olarak göç hareketliliği görülebilmektedir. Resmi istatistiklere göre (TUİK, 2019a) Türkiye'de her yıl artan bir göç hareketliliği bulunmakla birlikte en fazla göç alınan ülkeler Irak, Afganistan, Suriye, Türkmenistan, İran ve Azerbaycan bulunmaktadır. Türkiye'nin 2016-2019 yılları arasındaki göç hareketliliği yabancı uyruklu birey ve çocuk bazında Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1. Türkiye'nin göç hareketliliği



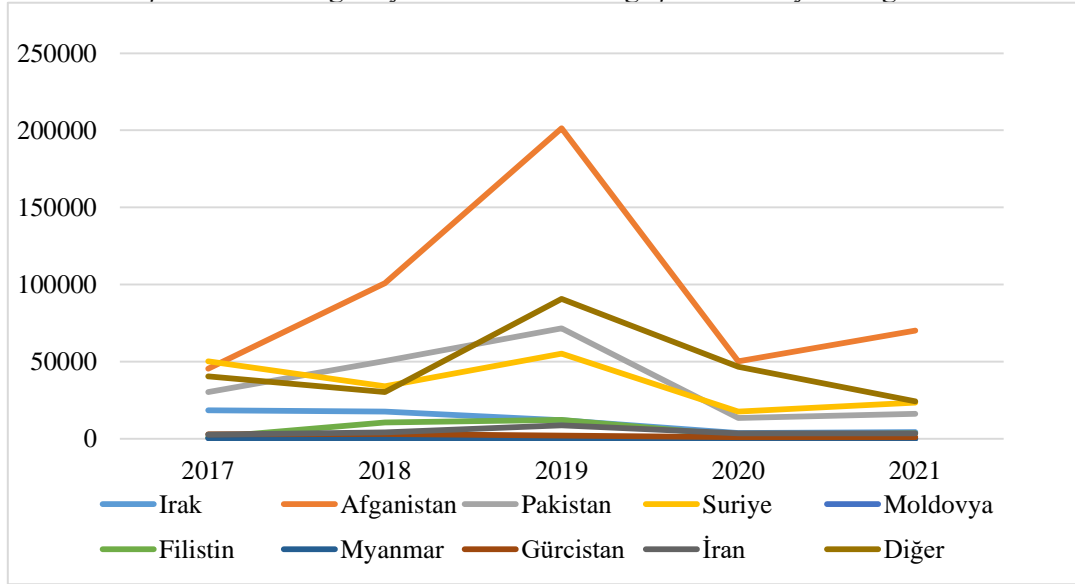
Kaynak: TUİK, 2019a verileri kullanılmıştır.

Şekil 1'e bakıldığında her yıl artan göç hareketliliğine paralel bir şekilde çocuk göçmen sayısı da artmaktadır. En son veri olan 2019 verilerine göre Türkiye'ye göç eden yabancı uyrukluların %23.4'ünü 0-19 yaş arasındaki çocuklar oluşturmaktadır. Gelen yabancı uyruklu çocuk göçmenlerin %56.1'i Türkiye'de kalmaya devam etmektedir.

Kayıtlı göçmenlerin yanı sıra sınır kapıları dışından geçerek kayıtsız göçler de yaşanabilmektedir. Yakalanan düzensiz göçmen hareketliliği incelendiğinde 2011 yılından sonra artan düzensiz göçmen hareketliliği en fazla 2019 yılında 454.662, en az 2022 yılında 32.406 olarak belirlenmiştir. Yıllara göre değişen bu göç hareketliliğinin göçmenlerin uyruklarına göre dağılımına bakıldığında ise Mart 2022 tarihi itibarıyla 15.674 göçmen ile en fazla Afganistan uyruklular oluşturmakla birlikte Suriyeli göçmenler 5.551 göçmen ile ikinci sırada bulunmaktadır (GİB, 2022b). Düzensiz göç eden bireylerin uyruk dağılımı (Bkz. Şekil 2) göçmen hareketlilikleri ile paralel olarak 2019 yılında en üst seviyeye ulaşmıştır.

Uluslararası koruma başvuruları açısından Türkiye profiline bakıldığında 2016 ve 2018 yılları arasında belirgin bir artış yaşanan uluslararası koruma başvuruları 2018 yılı sonrasında azalmaya başlamıştır. 2021 yılı sonu itibarı ile Türkiye'ye uluslararası koruma amaçlı 29.256 başvuru bulunmakla birlikte bu başvuruların %74.9'unu Afganistan vatandaşları, %17'sini Irak, %3.5'ini İran, %4.5'ini diğer ülke vatandaşları oluşturmaktadır. 2019 yılında yapılan uluslararası koruma başvurusu açısından Türkiye, Avrupa Birliği ve Avrupa Serbest Ticaret Birliği ülkeleri arasında Almanya, Fransa, İspanya ve Yunanistan'dan sonra beşinci sırada gelmektedir (GİB, 2021).

Şekil 2. Yıllara göre yakalanan düzensiz göçmenlerin uyruk dağılımı



Kaynak: GİB, 2022b verileri kullanılmıştır.

Suriye'den gelen mülteciler uluslararası koruma kapsamında bulunmamakla birlikte geçici koruma statüsünde değerlendirilmektedir. 2022 yılının Ocak ayı itibarı ile Türkiye'de toplam 3.7 milyon Suriyeli geçici koruma altında bulunmaktadır (UNHCR, 2021). Şubat 2022 tarihi itibarı ile toplam 3.736.674 olan geçici koruma altındaki Suriyeli Türkiye'nin genel nüfusunun %4.24'ünü oluşturmaktadır (Mülteciler Derneği [MD], 2022).

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığının (AFAD) 2018 tarihli Geçici Barınma Merkezleri Raporu'nda 10 farklı ilde, 20 barınma merkezinin açıldığı, merkezlerden 15'inin aktif olarak hizmet verdiği bildirilmiştir (AFAD, 2018). 2019 yılına gelindiğinde ise kampların kapatılması ile birlikte bu rakam beş ilde yedi kamp olarak hizmet vermeye devam etmektedir (Erdoğan, 2019, s. 7). 2018 yılında Türkiye'de bulunan Suriyelilerin %4.9'u (AFAD, 2018), 2019 yılında %1.8'i (Erdoğan, 2019, s. 7) bu merkezlerde yaşarken, 2022 yılında bu oran daha

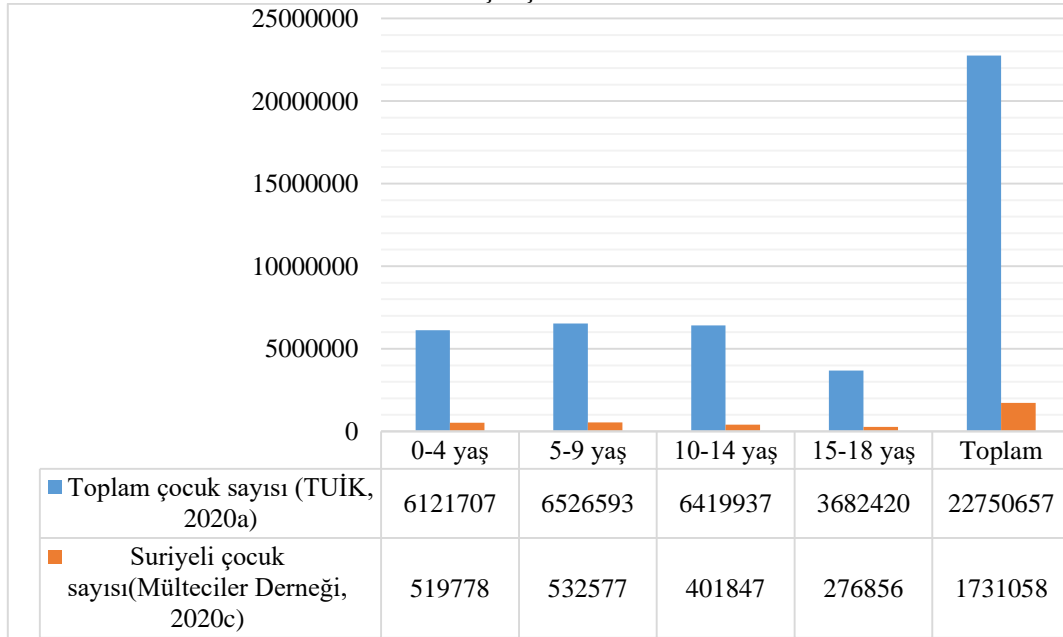
da düşerek Suriyelilerin %1.3'ü (MD, 2022) bu kamplarda yaşamaktadır. Bu durum 2013 yılı sonrasında kent mültecilerine dönüşen (Erdoğan, 2019,s. 7) Suriyelilerin büyük bir çoğunluğunun şehir merkezlerinde ikamet ettiklerini göstermektedir. En yoğun ikamet edilen iller İstanbul, Gaziantep, Hatay, Şanlıurfa, Adana olmakla birlikte en az ikamet edilen iller ise Bayburt, Tunceli ve Artvin'dir (MD, 2022). Türkiye'deki geçici koruma altındaki Suriyelilerin sayısı giderek azalmaktadır. Bunun temel nedenleri Suriye'ye geri dönüş veya Türkiye'den sonra üçüncü bir ülkeye göçün yaşanması olmakla birlikte ilk kitlesel göçün üzerinden on yıldan fazla zaman geçmesiyle birlikte Suriyelilerin Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığına alınarak geçici korunma kapsamından çıkarılmasıdır.

2. Nüfus ve Demografide Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar

2020 yılının resmi istatistiklerine göre Türkiye genel nüfusunun %27.2'sini çocuk nüfusu oluşturmaktadır. Çocuk nüfusunun genel nüfus içinde en fazla orana (%48.5) sahip olduğu 1970 yılı sonrasında çocuk nüfus oranının giderek düştüğü belirlenmekle birlikte gelecekte bu düşüşün devam edeceği öngörülmektedir (TUİK, 2020a).

Türkiye'de Ocak 2022 itibari ile 1.767.063 Suriyeli çocuk geçici koruma altında bulunmaktadır. Bu rakam toplam 3.7 milyon geçici koruma altında olan Suriyelinin %47.3'ünü oluşturmaktadır (MD, 2022). Yaş gruplarına göre Türkiye'nin toplam çocuk nüfusu ile geçici koruma altında olan çocuk sayılarının karşılaştırılması Şekil 3'de verilmiştir.

Şekil 3. Geçici koruma altındaki Suriyeli çocuk sayısı ile Türkiye'deki toplam çocuk sayısının karşılaştırılması

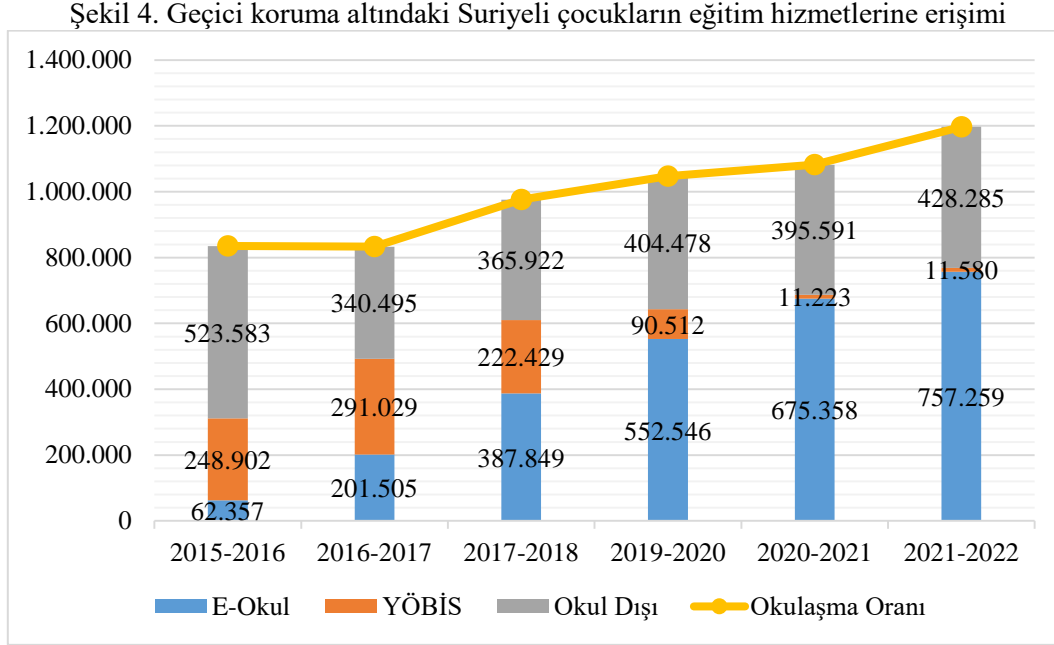


2020 verileri karşılaştırıldığında Türkiye genelinde yaklaşık 22.8 milyon olan çocuk nüfusunun içinde yaklaşık 1.7 milyon geçici koruma altında Suriyeli çocuk bulunmaktadır. Bu durum Türkiye'de bulunan çocuk sayısının %7.6'sını Suriyeli çocuklar oluşturduğunu göstermektedir.

3. Eğitim Hizmetlerinde Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar

Türkiye'de bulunan 1.731.058 geçici koruma altındaki Suriyeli çocuğun 1.197.124'ü zorunlu eğitim-öğretim yaş (6-18 yaş) döneminde bulunmaktadır. Bu durum Suriyeli çocukların yaklaşık %69.16'sının eğitim-öğretim çağına olduğunu göstermektedir. E-okul (açık öğretim sistemi de dahil edilmiştir) sisteminde 757.259, Yabancı Öğrenci Bilgi İşletim Sistemi (YÖBİS)'nde 11.580 öğrenci olmak üzere toplamda 768.839 öğrenci Türkiye eğitim sistemine

dahil olmuştur. Dahil olan çocukların %50.99'unu erkek öğrenciler, %49.01'ini ise kadın öğrenciler oluşturmaktadır [Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 2020]. Suriyeli öğrencilerin eğitim hizmetlerine erişimine ilişkin veriler Şekil 4'de verilmiştir.

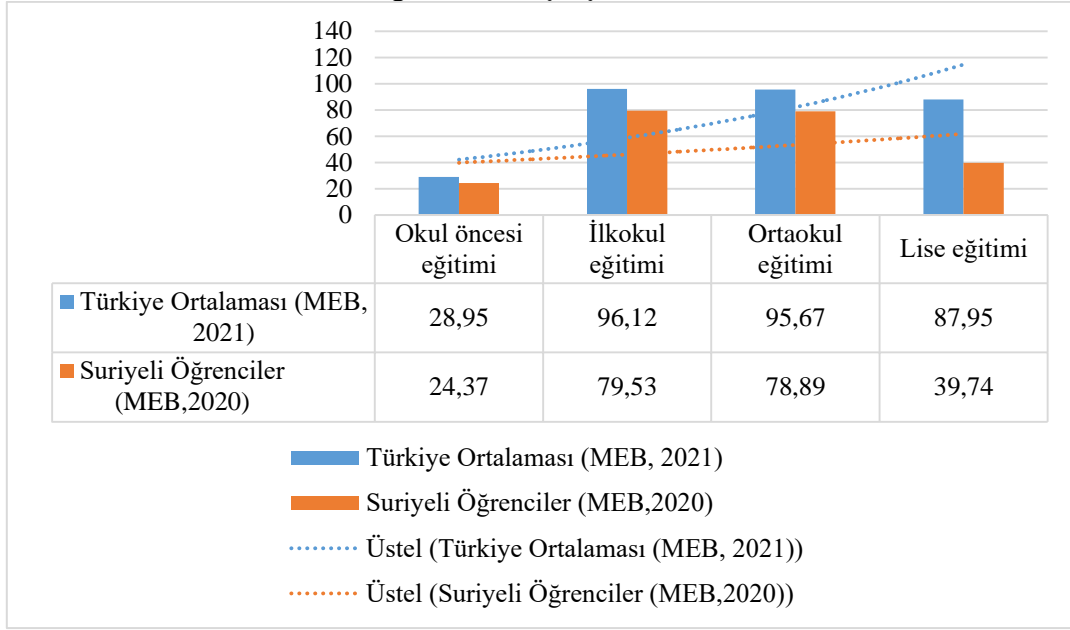


Kaynak: MEB, 2022

Suriyeli öğrencilerin okullaşma oranları incelendiğinde zaman içinde e-okul sistemine girişlerin arttığı ve okul dışı kalma oranının okullaşma oranına göre giderek azaldığı dikkat çekmektedir. 2015-2016 eğitim öğretim döneminde %30.42 olan okullaşma oranı her yıl giderek artış göstererek 2021-2022 eğitim öğretim döneminde %64.22 seviyesine gelmiştir (MEB, 2020). Suriyeli çocukların artan okullaşma oranlarında Ülke Programı kapsamında Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu ve MEB'in iş birliği ile birlikte yürüttüğü Suriyeli Gönüllü Eğitim Personeli (SGEP), Şartlı Eğitim Yardımı (ŞEY), Hızlandırılmış Eğitim Programı (HEP) gibi projelerin etkili olduğu söylenebilir. Bu projeler ile birlikte 2019 yılında 684.728 çocuk örgün eğitime katılmakla birlikte devlet okullarına devam etme oranı 2018-19 eğitim-öğretim yılından 2019-20 yılına %86'dan %96'ya yükselmiştir. Aralık 2018 tarihi itibarı ile 2018'de 410.740, 2019'da 562.016 Suriyeli çocuk ŞEY programdan yararlandırılmış ve eğitimini sürdüren çocuklarında %80'ne ulaşılması söz konusu olmuştur. Suriyeli göçmenlerin eğitim hizmetlerine katılımının desteklenebilmesi için 12.245 Suriyeli SGEP kapsamında eğitim almıştır. Eğitim dışı kalan çocukların tespit edilebilmesi için düzenli taramalar yapılmıştır. Bu toplumsal taramalarda 26.195 kız ve 28.079 erkek belirlenmiş ve çocuklara uygun eğitim hizmetlerinden yararlanmaları için gerekli yönlendirmeler yapılmıştır. Okula devam etmeme nedeniyle kayıp yılı bulunan çocukların yaşlarına uygun düzeyde eğitimlerine devam edebilmeleri için HEP uygulanmıştır. Böylece 2018 yılındaki başlangıcından 2019 yılının sonuna kadar geçen sürede 17.492 çocuk (%47'si kız) bu programdan faydalanarak program sonucunda yaşlarına uygun eğitim kurumlarına dahil edilmiştir. Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu'nun desteklediği, Türkiye genelinde Gençlik Merkezleri ve diğer ortamlarda sunulan Türkçe dil sınıflarının kapsama alanı da artmış, 2019 yılında bu kurslardan 11.937 çocuk (%47'si kız) faydalanmıştır (UNICEF, 2019a). Halk Eğitim Merkezlerinde ise 2019 yılının ilk on ayında toplam 25.214 çocuk (6-17 yaş arası) dil eğitimlerinden yararlanmıştır (UNICEF, 2019b).

Uluslararası destekler ve ulusal boyutta uygulanan programlar ile Suriyeli çocukların eğitim hizmetlerine ulaşmalarının kolaylaştırılarak eğitim haklarına erişimi arttırdığı görülmektedir. Ancak Suriyeli çocukların okullaşma oranının Türkiye geneli çocukların okullaşma oranından halen oldukça geri olduğu da dikkat çeken ayrı bir konudur. Şekil 5’de Türkiye’de çocukların okullaşma oranı ile Suriyeli çocukların okullaşma oranları eğitim kademelerine göre karşılaştırılmıştır.

Şekil 5. Eğitim-öğretim kademesine göre Suriyeli çocukların okullaşma oranlarının Türkiye geneli ile karşılaştırılması



Türkiye’de çocukların okullaşma oranı ilköğretim sonrasında azalmaktadır. Suriyeli çocukların okullaşma oranı da benzer bir özellik göstermektedir. Ancak özellikle lise eğitim seviyesinde Suriyeli çocukların okullaşma oranının daha da azaldığı görülmektedir. Bu durum çocukların yaşadıkları ekonomik yetersizlikler nedeniyle ortaokul sonrasında eğitimlerine devam etmeyerek çalışma yaşamına daha fazla katıldığını düşündürmektedir. Sallan-Gül ve Türkmen (2019, s. 127) lise düzeyindeki Suriyeli çocukların eğitim sistemine dâhil olmama ve okul terki nedenlerine ilişkin olarak dil sorunu, dil sorunun paralelinde düşük akademik başarı, eğitim ihtiyaçlarının karşılanmasında ekonomik yetersizlikler, aileye gelir getirme zorunluluğu, ataerkil aile yapısı nedeniyle erkeklerin çalışma zorunluluğunu belirtmiştir. Bu durum ekonomik yetersizliklerden kaynaklı olarak okul yaşantısından ayrılan Suriyeli çocukların çalışma yaşantısına katıldıklarını göstermektedir. Gencer (2017, s. 845) ise Suriyeli çocukların eğitim-öğretime devam etmeme ve okul terki sorununun yoksulluk; sosyo-ekonomik yetersizlik yaşayan ailelerin çocuklarını aile ekonomisine destek sağlaması için çalışmaya zorlaması; geleneksel toplumsal cinsiyet rolleri ve sağlık (fiziksel, sosyal, ruhsal açılarından tam bir iyilik hali) özelliklerinin bozulması; okul iklimine, ortamına ve kültürüne uyum sağlayamama gibi pek çok nedenden kaynaklandığını belirtmektedir. Şekil 5’de verilen MEB’nin 2020 yılı verilerine açık öğretimden eğitime devam eden Suriyeli çocuklar da dahil edilmiştir. Ancak MEB 2021 verilerinde sadece örgün eğitime devam eden Türkiye’deki çocukların okullaşma oranları bulunmaktadır. Bu durum örgün eğitim açısından bakıldığında Suriyeli çocukların okullaşma oranının daha da düşük olduğunu göstermektedir.

Suriyeli çocukların eğitim yaşantısında daha düşük orana sahip olmasının bir diğer nedeni de okul yaşantısında yaşanan sorunlar olduğu düşünülmektedir. Eğitim yaşantısında yaşanan sorunlara yönelik Mavi Kalem Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği tarafından yapılan bir araştırmaya İstanbul’un farklı eğitim kurumlarından öğretmenler katılım göstermiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğretmenlerin %95.6’sı Suriyeli öğrencilerin eğitim

yaşantılarında farklı ihtiyaçlarının bulunduğunu belirtmiştir. Belirtilen bu ihtiyaçların başında %66.1 ile psikososyal destek gelmektedir. Öğretmenlerin %42.9'u öğrencilerin ikincil ihtiyacı olarak maddi destek/egitim materyallerinin sağlanmasını belirtmişlerdir. Sonraki ihtiyaçları ise dil ve kendini ifade etme yeterliliği, aile desteği ve ailelerin bilinçlendirilmesi, öğretmenlerle iletişimin güçlendirilmesi, ders saatlerinde düzenleme, eğitime ara vermiş çocuklar için ek destek çalışması ..vb gibi ihtiyaçlardır (Mavi Kalem, 2019). Yapılan ihtiyaç analizine dair bu çalışmadan Suriyeli çocukların neredeyse tamamının psikososyal sorunlar yaşadığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra eğitim yaşantısında yaşanan ikincil sorun ekonomik yetersizlik dolayısıyla eğitim materyallerinde eksiklik yaşanmasıdır. Çocukların dil sorunu yaşaması, ailelerin yeterli katılımının sağlanamaması, çocukların eğitimde kayıp yıllarının bulunması da yaşanan diğer sorun alanları olarak tanımlanabilmektedir.

4. Sağlık Hizmetlerinde Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar

Türkiye'de geçici koruma altındaki Suriyeli çocukların genel sağlık sorunları, alınan tedavi hizmetleri veya sağlık hizmetlerinden yararlanma imkânlarına yönelik ulusal bir veri bulunmamaktadır. Ancak yetişkinler de dahil olmak üzere geçici korunma altındaki Suriyelilerin sağlık ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik bölgesel olarak yapılan bazı araştırmalara ilişkin bulgular söz konusudur. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) mültecilerde en fazla görülen sağlık sorunlarının yaralanmalar, hipotermi, yanıklar, mide-bağırsak hastalıkları, kardiyovasküler olaylar, hamilelik ve doğumla ilgili komplikasyonlar, diyabet ve hipertansiyon olarak belirtmektedir (WHO, 2016). İzmir İlinde Suriyelilerin yoğun olarak yaşadığı bir bölgede yapılan araştırma projesinde ise araştırmaya katılan 556 Suriyelinin %21.9'unun sağlık sorunları nedeniyle düzenli ilaç kullandığı, %3.2'sinin engelli bir aile bireyinin %0.5 yatağa bağımlı bir hastasının bulunduğu, %41.7'sinin sağlık sorunları nedeniyle Türkiye'ye geldikten sonra en az bir sağlık kuruluşuna başvurduğu belirlenmiştir. Suriyelilerin 22 farklı kronik rahatsızlığa sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sağlık sorunlarının ilk sıralarında ise kronik ağrı, hipertansiyon, diyabet, koroner arter hastalığı, osteoartrit ve diğer romatizmal hastalıklar, migren, astım/koah/kronik bronşit, demir eksikliği, reflü/ gastrit ve alerjik hastalıklar gelmektedir (Uçku ve Bahadır, 2016, s. 34).

Geçici koruma kapsamında bulunan Suriyelilere yönelik sağlık hizmetleri Sağlık Bakanlığı tarafından 2015 yılında yürürlüğe giren "Geçici Koruma Altına Alınanlara Verilecek Sağlık Hizmetlerine Dair Esaslar" yönergesi çerçevesinde yürütülmektedir. Bu kapsamda geçici koruma altındaki Suriyelilere yönelik olarak koruyucu-önleyici ve tedavi edici birçok sağlık hizmeti verilmektedir. Geçici koruma altındaki Suriyelilere verilen tüm sağlık hizmetleri AFAD tarafından yayımlanan 12816 sayılı 2013/8 genelge ile 2013 tarihinden itibaren ücretsiz olarak verilmektedir.

Göç Politika ve Projeleri Dairesi Başkanlığı'na ait verilere göre 2011-2018 tarihleri arasında 43.776.782 Suriyeli poliklinik hizmetlerinden faydalanırken 1.710.670 Suriyelinin hastaneye sevki gerçekleştirilmiş 1.446.670 Suriyeli ise ameliyat gerektiren tıbbi tedavi almakla birlikte 375.532 doğum gerçekleşmiştir. Bu süreçte toplam 4.520.095 doz aşılama uygulaması geçici koruma altındaki çocuklara uygulanmıştır (Akt.; Önder, 2019, s. 155).

Geçici koruma altındaki Suriyelilerin sağlık hizmetlerinden etkin bir şekilde yararlanabilmesi için DSÖ ve T.C. Sağlık Bakanlığı iş birliği ile Mülteci Sağlığı Programı uygulanmaya başlamıştır. Program kapsamında Suriyelilere yönelik hizmet veren 7 sağlık merkezi kurularak bu merkezlerde Suriyeli doktor ve hemşireler görevlendirilmiştir. Sağlık merkezlerinde dil engeli yaşanmaması için 2000 Suriyeli sağlık çalışanı bu merkezlerde çalışmak üzere eğitim almıştır. Bu merkezler dışında sağlık hizmetlerinin her kademesinde hasta rehberleri olarak tercümanlar bulunmaktadır (WHO, 2019). AFAD Geçici Koruma Merkezleri Raporu'na göre 2018 yılında aktif olan barınma merkezlerinde 156'sı Türk ve 109'u Suriyeli olmak üzere toplam 265 doktor; 186'sı Türk ve 137'si Suriyeli olmak üzere toplam 323 sağlık personeli sağlık hizmeti vermektedir. Rapora göre; bu merkezlerde 34.501.808 Suriyeliye

poliklinik hizmeti verilmiş, 1.423.844 Suriyeli hastanede yatarak tedavi olmuş, 302.470 doğum gerçekleşmiş ve 1.188.606 Suriyeli ise cerrahi operasyon geçirmiştir (AFAD, 2018).

Sağlık alanında yürütülen Anne-Bebek Destek Projesi kapsamında Mülteciler Derneği tarafından gerçekleştirilmektedir. Projeye 140 aile dahil edilmiştir. Hamilelik döneminde annelere psikososyal destek ile birlikte bebek doğumundan sonra ilk bir yıllık süreçte gelişiminin takibinin yapıldığı bu projede 1.251 aile ziyaretleri yapılarak 149 bebeğin gelişimi ilk bir yıllık süreçte takip edilerek biopsikososyal sağlık gelişimi desteklenmiştir (MD, 2020a). Ayrıca 2021 yılının ilk altı ayında derneğin fizik tedavi birimi tarafından doğuştan veya savaş döneminde yaralanmalar nedeniyle fiziksel engeli bulunan 0-15 yaş aralığında toplam 130 çocuğa fizik tedavi ve yardımcı cihaz desteği hizmeti bulunmakla birlikte (MD, 2021a) ruh sağlığı birimi tarafından da 266 çocuğa da psikolojik destek hizmeti verilmiştir (MD, 2021b).

AFAD (2017)'in hem merkezlerde kalan hem de şehirlerde yaşayan 2.447 Suriyeli ile gerçekleştirdiği saha araştırmasında Suriyelilerin %60'ının sağlık hizmetlerinden faydalandığı belirlenmiştir. Bu oran kamplarda kalan Suriyelilerde (%97.2) kamp dışında kalanlara (%62.9) oranla daha yüksektir. Sağlık hizmetlerinden yararlanan Suriyelilerin büyük bir çoğunluğu (%83) sağlık hizmetlerinden memnun olduklarını belirtirken %58.70'i ilaca erişim sorunu yaşamadığını eklemiştir. Türkiye'nin farklı illerinde barınma merkezleri dışında yaşayan Suriyelilerle yapılan başka bir araştırmaya göre ise; Suriyelilerin %86'sı sağlık hizmetlerine erişim sağlayabilmektedir, erişim sağlayabilen Suriyelilerin %86'sı da alınan hizmetten memnun kalmıştır. Erişim sağlayamayan Suriyelilerin ise ihtiyaç duymama (%39.5) ve kimlik kartının olmaması (%27.3) gibi nedenlerle hizmet alamamışlardır. Sağlık hizmetine erişememe nedenleri arasında sırayla iletişim kuramama sorunu, başka ilde kayıtlı olma, başvuru sonrası tedaviye devam etmeme, hizmetler hakkında yetersiz bilgi, maddi imkânların yetersiz olması yer almaktadır (Yücel, Utaş, Luchsinger, Kavrak, Kristjansdottir ve Freizer, 2018, s. 30).

Gaziantep Geçici Barınma Merkezi'nde kalan geçici koruma altındaki Suriyelilerin katılımıyla Bahçeşehir Üniversitesi (BAU) Psikoloji Bölümü ve New York Üniversitesi iş birliği ile gerçekleştirilen 'Suriyeli Mülteci Çocuklar ve Aileler' araştırması sonuçlarına göre Suriyelilerin yaklaşık %44'ü aldıkları sağlık hizmetlerinden memnun iken %35'i alınan sağlık hizmetlerinden memnun değildir. Araştırmaya katılanların %78.26'sı herhangi bir psikolojik desteğe ihtiyaç duymadığını belirtirken çocukların yarıya yakını (%44.3) yaşamında stres yaratan olayların beş ve daha fazlası ile karşı karşıya kalmıştır. Yapılan ölçme ve değerlendirme sonuçlarına göre çocukların %35'i travma sonrası stres bozukluğu sınırının üstünde puan almakla birlikte yarıya yakını (%49,9) yüksek düzeyde depresyon ve %36'sı klinik olarak "çok yüksek" düzeyde puanlar almıştır. Bu durum her ne kadar psikolojik desteğe ihtiyaç duyulmadığı belirtilse de çocukların klinik tablosunda psikolojik ve psikiyatrik destek hizmetlerine ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir (Özer ve Şirin, 2020). Suriyeli çocukların ruh sağlığının araştırıldığı bir başka araştırma sonuçlarına göre çocukların %45'inin travma sonrası stres bozukluğu, %44'ünün anlamlı depresyon belirtileri, %33'ünün de somatik şikâyetlerinin bulunduğu belirlenmiştir (Şirin ve Rogers-Şirin, 2015, s. 1). AFAD (2014) raporuna göre ise Suriyeli çocuklar yetişkinlere göre yaşanan savaş ve göçten daha az etkilenmektedir. Raporda ayrıca Suriyeli hanelerin %49'unda yetişkin bireyler uyku sorunları yaşarken çocukların uyku sorunu yaşama durumu %35 olarak belirtilmektedir. Marmara Üniversitesi Pendik Eğitim Araştırma Hastanesi Çocuk ve Ergen Ruh Sağlığı ve Hastalıkları kliniği bünyesinde hizmet veren Mülteci Çocuk ve Ergen Ruh Çocuk Ruh Sağlığı Ünitesinin 2017-2020 yılları arasındaki verilerini inceleyen Ünver, Çeri, Fındık ve Arman (2021, s. 18) polikliniğe başvuran Suriyeli çocukların %40'ında gelişim basamaklarında gerilik bulunmasıyla birlikte en sık görülen tanıların dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu (%26.9), travma sonrası stres bozukluğu (%26.9), majör depresif bozukluk (%25) ve anksiyete bozuklukları (%23.1) olarak belirtmişlerdir. Ayrıca Suriyeli çocukların %71.9'u eş tanı almakla birlikte %78.8'i ilaç tedavisi almaktadır.

Eğitimine devam eden Suriyeli öğrencilerin öğretmenlerinin katılımı ile gerçekleştirilen bir başka araştırmaya göre öğretmenlerin %84.5'i kız, %86.5'i ise erkek öğrenciler üzerinde yaşanan savaş ve göçün yarattığı etkinin bulunduğunu ifade etmiştir. Öğretmenlerin %58.3'ü erkek öğrencilerde şiddete eğilimli gelişim gözlemlerken bunu erken olgunlaşma (%9,3), umursamazlık (%7,4), korku (%7,4), ait hissedememe/dışlanmışlık hissi (%6,5), depresyon (%5,6), dikkat dağınıklığı/odaklanamama (%5,1), umutsuzluk (%4,6), özgüvensizlik (%4,6) ve aşırı endişe (%3,7) izlemektedir. Öğretmenler kız öğrenciler için ise en çok içe kapanma (%47.9) gözlemlerinden bahsetmişlerdir. Erkek öğrenciler ile benzer olarak kız öğrencilerde de korku (%10,9), umursamazlık (%10,4), ait hissedememe/dışlanmışlık hissi (%6,6), umutsuzluk (%5,7), erken olgunlaşma (%5,7), özgüvensizlik (%5,2), aşırı endişe (%4,3) ve dikkat dağınıklığı/odaklanamama (%3,3) etkilerini gözlemlenmiştir. Öğretmenlerin gözlemlerine bakıldığında erkek öğrencilerden farklı olarak kız öğrencilerde duygusallaşma, üzüntü, çocuk yaşta evlendirme, evlilik ve aşk düşüncesi gibi etkiler de bulunmaktadır (Mavi Kalem, 2019). Suriyeli çocukların psikososyal desteğe duydukları AFAD (2017)'in saha araştırmasında da belirlenmiştir. Buna göre Suriyeli çocukların yarıdan fazlası (%63.9'u) psikososyal açıdan profesyonel desteğe ihtiyaç duymaktadır. Aynı çalışmada Suriyeli ailelerin %3.10'unda engelli bir çocuk bulunmakla birlikte en çok fiziksel engelin bulunduğu belirlenmiştir. Bu durum ihtiyaç duyulan bir diğer sağlık hizmetinin fizik tedavi ve rehabilitasyon olduğunu göstermektedir.

5. Çalışma Hayatında Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar

Dünya genelinde Covid-19 salgını sürecinde yaşanan ekonomik sorunlar nedeniyle çocuk işçi sayısında önemli bir artış bulunmaktadır. 2021 Haziran tarihli Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu ve Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından hazırlanan rapora göre son dört yılda çocuk işçi sayısı 8.4 milyon artarak dünya genelinde 160 milyona yükselmiştir. Bu veri dünya çocuk nüfusunun 1/10'unu oluşturmaktadır. Çocuk işçilerin yarısından fazlası 5-11 yaş arasındaki çocuklardan oluşmakla birlikte 79 milyonu sağlık, güvenlik ve ahlak gelişimleri açısından riskli işlerde çalışan 5-17 yaş arasındaki çocuklardan oluşmaktadır (UNICEF, 2021). Çalışan çocukların %48'i 5-11, %28'i 12-14, %24 ise 15-17 yaş grubu arasında bulunmaktadır (ILO, 2021). Çalışan çocukların %70'i tarım, %20'si hizmet ve %10'u sanayi sektörlerinde çalışmaktadır. Kırsal alanlarda çocukların çalışma yüzdesi 14 bulunurken bu oran kentlerde %5'e düşmektedir (UNICEF, 2021).

Türkiye'de çalışan çocukların durumunu inceleyen Çocuk İşgücü Anketi sonuçları 2019 yılı verilerine bakıldığında 5-17 yaş grubu arasında 720 bin çocuk çalışma hayatının içinde bulunmaktadır. Bu durum Türkiye'de aynı yaş grubundaki çocukların %4.4'ünün çalıştığını göstermektedir. Çalışan çocukların yaş grupları incelendiğinde en fazla yığılmanın 15-17 yaş arasındaki çocuklarda (%78.8) olduğu görülmektedir. 12-14 yaş arasında çocukların çalışan çocuklar içindeki oranı %17.8 iken %3.8 ile 5-11 yaş arasındaki çocuklar en az orana sahiptir. Çalışan çocukların büyük bir kısmı eğitim yaşantılarına devam ederken %33.9'u eğitimlerine devam etmemektedir. Çalışan sektörler açısından bakıldığında %49.4 ile en fazla hizmet sektöründe çalışan çocuk bulunurken bunu %36.8 ile tarım, %13.7 ile sanayi sektörü izlemektedir. Çocukların büyük bir çoğunluğu (%64.2) ücretli ve yevmiyeli bir işte çalışmaktadır. Çocukların çalışma nedenin ekonomik kaynaklı olduğu belirlenmekle birlikte nedenler sırayla hane halkı ekonomik faaliyetlerine destek olmak (%35.9), bir meslek sahibi olmak (%34.4), hane halkının gelirine katkıda bulunmak (%23.2) ve kendi ihtiyaçlarını karşılamak (%6.4) olarak özetlenebilmektedir (TUİK, 2020b).

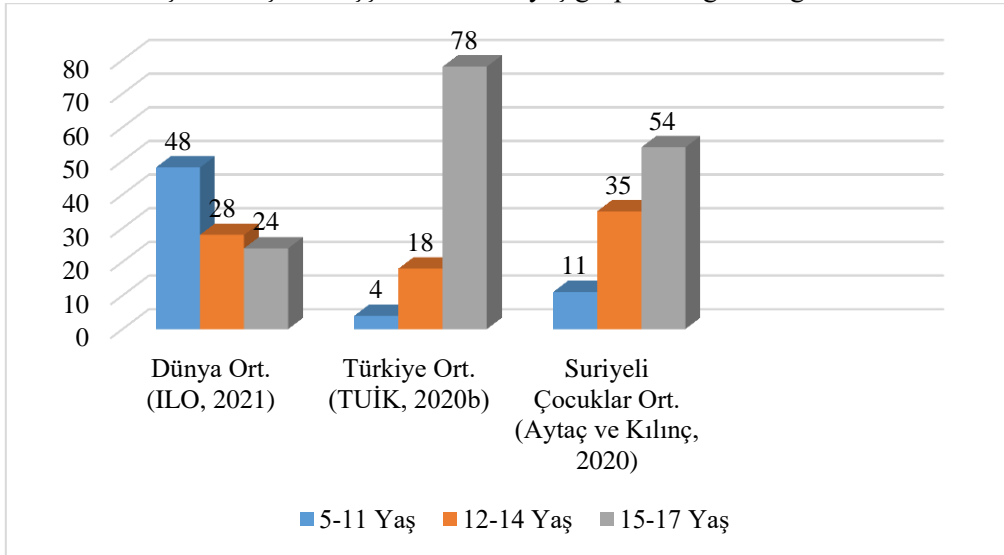
Erdoğan ve Ünver (2015, s.79) Türkiye'nin uzun yıllar çabalar göstererek büyük ölçüde azaltmayı başardığı çocuk işçi konusunun Suriyeli çocuklar ile birlikte tekrar gündeme geldiğini belirtmiştir. 2020 verilerine göre Türkiye'de 1.731.058 Suriyeli çocuk bulunmakla birlikte çocukların %39.2'si 10-18 yaşları arasında bulunmaktadır (Bkz., Şekil 3.). Bu durum potansiyel Suriyeli çocuk işçi oranının oldukça yüksek olduğunu düşündürmektedir.

Aytaç ve Kılınç (2020, s. 388)'in Elazığ ilinde Suriyeli 308 çocuğun katılımıyla gerçekleştirmiş oldukları araştırma sonuçlarına göre çocukların %34.1'inin düzenli olarak bir iş yerinde veya yılın belirli bölümlerinde çalışma hayatının içinde olduğu belirlenmiştir. Çalışan çocukların büyük bir çoğunluğunu (%90.5) erkek çocuklar oluşturmakla birlikte en küçük çalışan çocuk yaşı 10 olarak belirlenmiştir. Yaşları 10-18 arasında değişen çalışan çocukların yaş gruplamalarına bakıldığında çalışan çocukların büyük bir çoğunluğunun 15-18 yaşları (%54.3) arasında olduğu belirlenmiştir. 12-14 yaş arasındaki çalışan çocuklar içindeki oranı %35.2 olup 5-11 yaş grubunda çalışan çocukların oranı %11.5 olarak saptanmıştır. Çocukların %25.7'si sanayi, %2.9'u tarım sektöründe çalışmaktadır. Ortalama çalışma süresine bakıldığında çocukların büyük bir çoğunluğu (%79) dokuz saat ve üzeri çalışma koşullarında çalışma yaşamlarına devam etmektedir.

Lordoğlu ve Aslan (2018, s. 725-727) ise üç farklı ilde 165 çocuğun katılımıyla gerçekleştirdiği çalışmada 62 çocuğun (%39.4) ekonomik yetersizlik nedeniyle günde ortalama 12-14 saat çalıştığı bilgisi verilmektedir. İzmir ilinde gerçekleştirilen yaşları 6-17 arasında değişen 164 çocuğun katılımıyla gerçekleşen başka bir araştırmaya göre Suriyeli çocukların %25,6'sı bir iş yerinde çalışmakta, %9,8'i ise çalışmak istemekte ve uygun iş aramaktadır (Bahadır ve Uçku, 2016, s. 120). Kilis ilinde Suriyeli çocuk işçiler ile yapılan çalışmada ise çocukların çalışmasındaki en temel unsurun ekonomik yoksulluk olduğu ve çocukların %71'inin ebeveynlerinin çalışmadığı belirlenmekle birlikte %45'i ailesinin tek gelir getiren bireyidir (Harunoğulları, 2016, s. 45). Kireçdağ'ın (2017. s. 29) da çarpıcı bir şekilde vurguladığı gibi, Suriyeli çocukların emeğinin daha ucuz, çocukların da daha uysal ve itaatkâr olması nedeniyle işverenler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Bu nedenle yetişkin Suriyelilerin iş bulma şansı çocuklara oranla daha az olabilmektedir. Harunoğulları'nın (2016, s. 57) yaptığı çalışmada çocukların yarıya yakınının ailedeki tek çalışan birey olması da bu durumu desteklemektedir. Çocukların %32'si kendi isteği ile %30'u ise aile baskısı nedeniyle pastane, lokanta, fırın, bakkal, elektrikçi, giyim mağazası, tekstil, çöp ve plastik toplayıcılığı gibi farklı iş kollarında çalışmaktadır.

Dünyada, Türkiye genelinde ve geçici koruma altındaki Suriyeliler özelinde çocuk işçiliği oranları yaş gruplarına göre Şekil 6'da karşılaştırılmalı olarak verilmiştir.

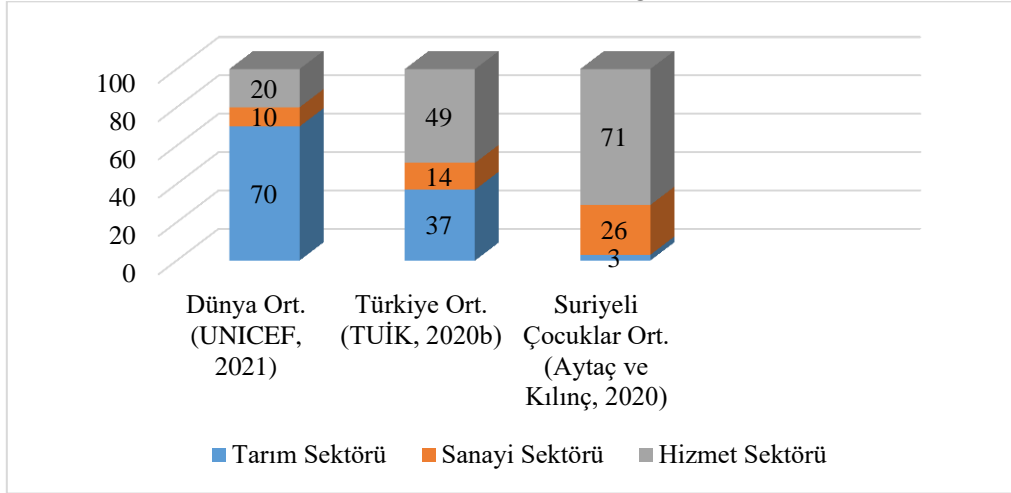
Şekil 6. Çocuk işçi oranlarının yaş gruplarına göre dağılımı



Dünya ve Türkiye verileri ile çalışan Suriyeli çocukların oranları yaş gruplarına göre karşılaştırıldığında Suriyeli çocukların çalışma oranları yaş gruplarına göre Türkiye ile paralel özellikler gösterirken Dünya geneli ile ters ilişki göstermektedir. Türkiye geneli ve Suriyeli çocukların çalışma oranları yaş düştükçe düşerken, dünya genelinde bu durum tam tersidir.

Suriyeli çalışan çocukların en yüksek oranı 15-17 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Çalışan Suriyeli çocukların yarısından fazlası 15-17 yaş arasındadır. Bu durum Türkiye’de çalışan çocuk yaş grubu ile benzer özellik gösterirken dünya genelinde 5-11 yaş grubunda olan çocukların çalışma oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışılan sektörlere göre durum Şekil 7’de verilmiştir.

Şekil 7. Çocuk işçilerin çalışılan sektöre göre karşılaştırılması



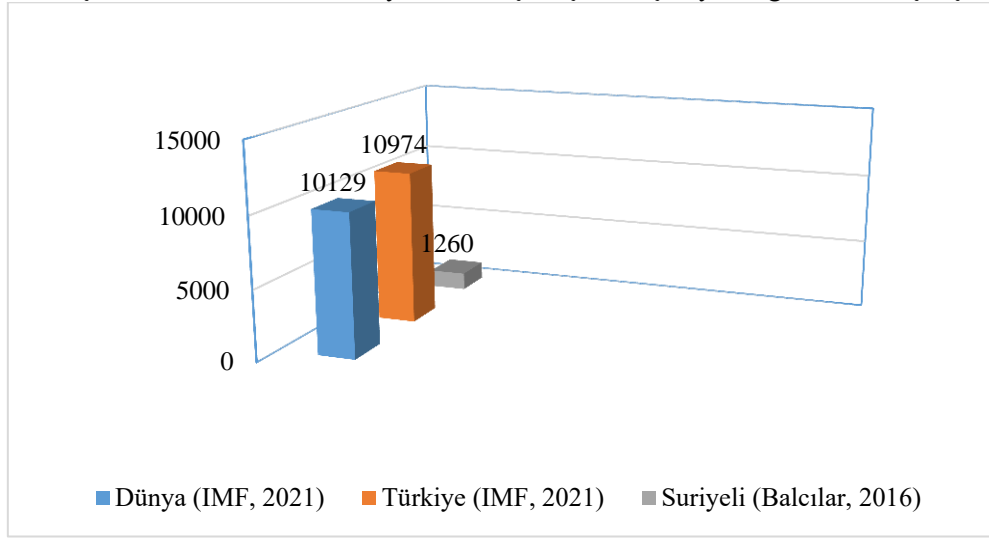
Çalışılan iş kolları da yaş gruplarına göre dünya geneli ile farklılık göstermektedir. Suriyeli çocuk işçilerin en yoğun olarak çalıştığı iş kolu hizmet sektörü iken dünya genelinde bu durum tarım sektörü olarak belirtilmektedir. Türkiye ortalaması ile karşılaştırıldığında ise benzer özellikler ile karşılaşılmaktadır. Ancak Türkiye ortalamasında tarım sektöründe çalışan çocuk oranı Suriyeli çocuk işçilerin oranından oldukça yüksektir. Aytaç ve Kılınç’ın araştırma sonuçlarında en az çalışılan alanlar olarak tarım sektörü görünmektedir. Yapılan araştırmanın Elazığ bölgesinde olması araştırmanın bu bulgusunu etkilemiş olacağı düşünülmektedir. Suriyeli çocukların çalışma hayatında önemli noktalardan bir diğeri ise ücret ve çalışma koşullarıdır. Çalışan Suriyeli çocukların çalışma koşullarını inceleyen Kireçdağ (2017, s. 34) çocukların haftalık 20-120 TL arasında bir ücret ile çalıştıklarını, yarısının 50 TL’nin altında ücret aldığını belirtmektedir. Ayrıca çalışan çocukların %80’i günlük 12 saat çalışmaktadır. Bu durum Suriyeli çocukların çalışma hayatında düşük ücretlerle ve zor koşullarda çalıştığını göstermektedir.

6. Sosyal Yardım Hizmetlerinde Geçici Koruma Altındaki Suriyeli Çocuklar

Geçici koruma altında bulunan Suriyelilerin sosyoekonomik durumlarına yönelik ve Suriyelilere yönelik bu konuda sağlanan sosyal yardımlara ilişkin olarak resmi bir istatistiki bilgi bulunmamaktadır. Ancak bölgesel olarak yapılan bazı araştırma sonuçları Türkiye’deki Suriyelilerin yaşam koşullarında genellikle ekonomik yetersizliklerden kaynaklı olarak sorunlar yaşadığı görülmektedir. Çocuk Hakları Koruma Platformunun 2016 yılında gerçekleştirmiş olduğu çalışma yapılan araştırmalara örnek olarak verilebilir. Hem kentsel hem de kırsal kesimde yaşayan 1105 Suriyelinin katılımıyla gerçekleştirilen bu araştırmada en çok yaşanan sorun %33 ile barınma sorunudur. Barınma sorununu sırasıyla işsizlik, vatanlarından ayrı olma, maddi imkânsızlıklar, açlık, eğitim, sağlık, uyum ve dil sorunları izlemektedir (Çocuk Haklarını Koruma Platformu [ÇHKP], 2016). Aynı araştırmada Suriyeli çocukların yaşadığı en temel sorunlar incelendiğinde ise birincil sorun eğitim (%46) olarak belirlenirken açlık (%16), barınma (%7), sağlık (%7), maddi yetersizlik (%3), yetersiz ilgi (%3), dil sorunu (%2), yabancı bir toprakta bulunma (%2) ve sahipsiz kalma (%2) yaşanan sorunlar olarak belirlenmiştir. Çocukların yaşadığı sorunlara bakıldığında eğitim, açlık, barınma, sağlık ve maddi yetersizliklerin daha çok gelir azlığından kaynaklandığı söylenebilir. Dolayısıyla çocukların büyük bir oranı (%79) ekonomik yetersizlikler kaynaklı olarak sorunlar yaşamaktadır. Balcılar

(2016, s. 39)'ın 5.760 Suriyelinin katılımı ile gerçekleştirdiği başka bir çalışmada ise ortalama 3,5 bireyin yaşadığı bir hanede aylık gelir ortalama 366 Dolar olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla kişi başına düşen aylık gelir yaklaşık olarak 105 dolar bulunurken yıllık olarak 1.260'dır. Bu veri 2016 yılının en düşük ve en yüksek dolar kurunun ortalaması alınarak hesaplandığında 1.160 TL olarak hesaplanmaktadır. Dolayısıyla hane başına düşen aylık gelir 2016 yılının Türkiye geneli açlık ve yoksulluk sınırı ile karşılaştırıldığında ise 1.431 olan açlık sınırının (Türkiye Sağlık İşçileri Sendikası, 2017) oldukça altında kaldığı görülmektedir. Ipsos Sosyal Araştırmalar Enstitüsü ve İnsani Geliştirme Vakfı (İNGEV ve IPSOS, 2017) raporuna göre ise Suriyelilerin %97'si yoksulluk sınırının altında bir geçim sürdürmektedir. Geçici koruma altındaki Suriyelilerin kişi başına düşen geliri dünya ve Türkiye geneli ile Şekil 8'de karşılaştırılmıştır. Buna göre, Suriyeli bireylerin yıllık kazancı dünya ve Türkiye'deki bireylerin kişi başına düşen yıllık gelir ortalamasından oldukça düşüktür. Türkiye ortalaması bir Suriyelinin yıllık kazancının 8,7 katıdır.

Şekil 8. Geçici koruma altındaki Suriyelilerin kişi başına düşen yıllık gelirinin karşılaştırılması



2011 yılı sonrasında yaşanan yoğun göç hareketliliği sonrasında sosyoekonomik koşullarında önemli yetersizlikler yaşayan mültecilere yönelik sosyal uyumlarını arttırmak ve sosyoekonomik açıdan desteklemek amacıyla hem ulusal hem de uluslararası örgütlerle desteklenen birçok yardım sağlanmıştır. Geçici barınma merkezleri dışında kalan mültecilere yönelik düzenlenen “Sosyal Uyum Yardımı” bu hizmetlerden biridir. Bu yardım bazı şartlar ile uluslararası koruma veya geçici koruma altındaki yabancılara verilen ekonomik bir yardımdır. Finansmanını Avrupa Birliği Sivil Koruma ve İnsani Yardım Ofisi (ECHO) tarafından sağlanan yardım ulusal düzeyde Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü ile Göç İdaresi Genel Müdürlüğü (20.10.2021 tarihinden itibaren Göç İdaresi Başkanlığı) tarafından desteklenmekte ayrıca Kızıllaç ve Kızılay Dernekleri Federasyonu (IFRC), Türkiye Kızıllaç Derneği ve T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı arasında oluşturulan ortaklıkla uygulanmaktadır. Kişi başına aylık ortalama 155 TL nakdi yardım sağlanan bu hizmetin büyük çoğunluğu 1.372.335 Suriyeliye (%90,7) aktarılmıştır (MD, 2021c).

İstanbul ilinde eğitimine devam eden Suriyeli çocukların öğretmenlerinin katılımı ile gerçekleştirilen bir çalışmada Suriyeli öğrencilerin diğer öğrencilere göre dezavantajlı grupta yer aldığını belirten öğretmenlerin (%85,7) %44,2'sinin öğrencilerin yoksulluk nedeniyle dezavantajlı grupta yer aldığını ifade etmiştir (Mavi Kalem, 2019). Bu durum Suriyelilerin yaşamakta olduğu ekonomik yetersizliklerin önemli bir boyutta olduğunu göstermektedir. Suriyeli çocukların eğitim hakkının çoğaltılması için Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu ve MEB iş birliği ile ŞEY Projesi uygulanmıştır. 2018 raporlarına göre bu proje kapsamında 15 farklı ilde ikamet eden ve barınma merkezlerinde kalmayan 53.561 geçici korum

altındaki Suriyeli çocuğa ulaşılarak 410.740 çocuk, örgün eğitime devam şartını yerine getirme koşuluyla nakit yardımlardan faydalanmıştır (UNICEF, 2019a).

Mülteciler Derneği Çocuk Koruma Biriminin sosyal ve ekonomik destek hizmetleri verilerine bakıldığında ise 2020 yılının ilk altı ayında 172 aileye ekonomik destek sağlandığı, 2016-2020 (ilk altı ay) yılları arasında toplamda 918 ailenin bu yardımlardan faydalandığı bilgisi edinilmiştir. Halen 240 aile bu yardımlardan yararlanmaya devam etmektedir (Mülteciler Derneği, 2020b).

Yedi farklı ilde barınma merkezleri dışında yaşayan Suriyeli kadın ve kız çocuklarının ihtiyaç analizinin yapıldığı çalışma sonuçlarına göre katılımcıların %58,9'unun Türkiye'ye geldikleri andan itibaren sosyal yardımlardan yararlanmaktadır. En çok sosyal yardım alınan kurumlar ise Türk Kızılayı (%46,7), çeşitli dernek ve kuruluşlar (%43,9), belediyeler (%16,9), valilikler/kaymakamlıklar/sosyal destek ve dayanışma vakıfları (%9,3), Birleşmiş Milletler (%8,8) gibi çeşitli kurum ve kuruluşlardır. Alınan yardımlar içerisinde psikososyal destek ve danışma yardımları vb. yanı sıra ekonomik destek yardımları da bulunmaktadır. Katılımcıların %33'ü nakdi yardım alırken %7.8'i de evde bakım desteği almaktadır (Yücel vd., 2018, s. 58).

Yaşanan ekonomik yetersizlikler nedeniyle geçici koruma altındaki Suriyeliler borçlanma yoluna da gidebilmektedir. 2017 yılında AFAD'ın gerçekleştirmiş olduğu saha araştırmasında kamp içi 219, kamp dışı 2.242 olmak üzere toplam 2.447 Suriyeli hane ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan saha çalışmasında Suriyelilerin %29.60'nın Türkiye'ye geldikten sonra ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sırayla Türkiye'deki tanıdıklarından, Türkiye dışı tanıdıklarında, iş yeri arkadaşlarından ve tefeciden borç aldıkları belirlenmiştir. Birçok temel ihtiyaçlarının kamu hizmetleri tarafından karşılanması nedeniyle kamp içindekilerin borçlanma oranı (%22) kamp dışındakilere oranla (%30.30) daha düşük çıkmıştır. Borçlanma nedenlerine bakıldığında kamp içindekilerin daha çok gıda, sağlık, giyim, barınma, başka bir borç kapatma ihtiyaçları için borçlandığı belirlenmiştir. Kamp dışında yaşayan Suriyeliler ise çoğunlukla barınma (%63.5) ihtiyacı ile borçlanmıştır. Barınmayı sırayla gıda, sağlık, giyim, borç kapatma ve eğitim ihtiyaçları izlemektedir. Suriyelilerin %36.10'u sivil toplum örgütlerinden, %29.1'i devletin yetkili kurumlarından aynı ve nakdi yardım almıştır. Kamp içinde kalan Suriyeliler yarıya yakını (%43.4) devlet yardımı daha çok alırken sivil toplum örgütlerin yardımlarından (%23.7) daha az yararlanmışlardır. Bu durum kamp dışında yaşayan Suriyeliler için tam tersi olup kamp içinde kalanların %37.3'ü sivil toplum kuruluşlarından %27.7'si devlet yardımlarından yararlanmıştır (AFAD, 2017).

Tartışma ve Sonuç

İnsanlık tarihinin her döneminde var olan göç olgusu dünyada yaşanan çatışmalar, savaşlar ve insan hakları ihlalleri ile daha fazla gündeme gelen bir sosyal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye dünyadaki bulunduğu konum itibarı ile her zaman bu göç sürecinde bir geçiş görevi görmektedir. Özellikle 2000'li yıllarda Orta Doğu'da yaşanan savaşlar nedeniyle kitlesel göç hareketlerine maruz kalan Türkiye, bulunulan zaman itibarı ile en fazla mülteciye ev sahipliği yapan ülke konumundadır. Dünyadaki ve Türkiye'deki mültecilerin büyük çoğunluğunu Suriyeliler oluşturmaktadır.

Türkiye'ye sığınmış Suriyelilerin hukuki statüsü geçici korumadır. Türkiye nüfusunun %4.4'ünü oluşturan geçici koruma altındaki Suriyelilerin %47.3'ünü çocuklar oluşturmaktadır. Dolayısıyla geçici koruma altındaki Suriyelilerin ihtiyaç ve sorunları düşünüldüğünde çocukların ihtiyaç ve sorunları göz ardı edilmemesi gereken önemli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'deki Suriyeli çocuk tablosuna bakıldığında Türkiye geneli çocuk nüfusunun %7.6'sını oluşturan Suriyeli çocuklar göç ve göçün getirdiği birçok farklı sorun ile karşı karşıya kalmaktadır. Yapılan araştırmalar Suriyeli çocukların psikososyal sorunlar, eğitimin sonlanması, çocuk işçiliği (UNHCR, 2015) başta olmak üzere birçok risk unsuru ile karşı karşıya kalmakla birlikte eğitim (ÇHKP, 2016; Mavi Kalem, 2019), sağlık (AFAD, 2017; Özer ve Şirin, 2020; Şirin ve Rogers-Şirin, 2015; Yücel vd., 2018), çalışma hayatı (Aytaç ve

Kılınç, 2020; Harunoğulları, 2016; Kireçdağ, 2017) ve sosyoekonomik koşullarında (Balcılar, 2016, s. 39; ÇHKP, 2016; İNGEV, 2017; Mavi Kalem, 2019) önemli yetersizlikler yaşadığını göstermektedir. Eğitim yaşantısında Suriyeli çocukların durumu incelendiğinde her yıl artan bir okullaşma oranının bulunduğu belirlenmiştir. Bu durum çocukların eğitime katılımını arttırmak amacıyla geliştirilen hizmet ve programların etkin bir şekilde çalıştığını göstermektedir. Ancak en son eğitim öğretim yılı olan 2021-2022 yılı okullaşma oranı %64.22 (MEB, 2022) Suriyeli çocukların eğitim öğretime katılımının Türkiye genelinden oldukça geri olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla çocukların okullaşma oranını arttırmaya yönelik hizmetlerin devamlılığı ve yeni hizmet modellerinin geliştirilmesinin gerekliliği söz konusudur. Akarçay-Ulutaş ve Kırlioğlu (2020, s. 695) sosyal uyumun önemli bir aracı olan eğitime Suriyeli çocukların katılımını arttırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla çokkültürlü eğitim modelini belirtmektedir. Bu kapsamda MEB kapsamında çokkültürlü eğitim birimlerinin kurularak, eğitim fakültelerinin ders içeriklerinde çokkültürlü eğitime yer verilmesi gerektiğini önermektedir.

Özellikle ilkokul sonrasında okullaşma oranı azalan Suriyeli çocukların bu özelliği itibari ile Türkiye geneliyle benzer özelliktedir. Eğitim yaşantısında görülen bu özellik Suriyeli çocukların okul yaşantısının sonlanmasıyla iş hayatına geçiş yaptıkları düşündürmektedir. Yapılan araştırma sonuçları da bu durumu destekler niteliktedir. Okul yaşantısındaki uyum sorunları ile birlikte ekonomik yetersizliklerden dolayı çalışma zorunluluğu okul terkinin önemli nedenleri (Mavi Kalem, 2019) arasında gösterilmektedir. Dolayısıyla geçici koruma altındaki Suriyeli çocukların eğitim-öğretime katılımını arttırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak için sosyal yardımların artırılarak daha fazla çocuğa ulaşılması hedeflenmelidir.

Göçler bireylerin önce psikososyal sağlıklarını olumsuz etkilediği gibi genel fizyolojik sağlıklarını da olumsuz etkileyebilmektedir. Özellikle zorunlu göç yaşayan bireylerde maruz kaldıkları yaşantılardan kaynaklı olarak farklı ruhsal rahatsızlıklar görülebilmektedir. Her ne kadar yapılan çalışmalar Suriyeli çocukların psikolojik veya psikiyatrik desteğe ihtiyaç duymadıklarını ifade ettiklerini (Özer ve Şirin, 2020) belirtse de çocuklarda birçok farklı ruhsal sağlık sorunu yaşanabilmektedir. Suriyeli çocuklar travma sonrası stres bozukluğu, depresyon, somatik ağrılar (Şirin ve Rogers-Şirin, 2015, s. 11), gelişimsel gerilik, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu, majör depresif bozukluklar ve anksiyete bozuklukları (Ünver vd., 2021, s. 19), uyku sorunları (AFAD, 2014) gibi birçok psikolojik rahatsızlık yaşamaktadır. Edinilen bu bulgular Suriyeli çocukların psikososyal gelişimlerini sağlıklı sürdürebilmeleri için psikolojik destek veya psikiyatrik tedaviye ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Geçici koruma altındaki Suriyelilerin büyük çoğunluğu sağlık hizmetlerine erişim sorunu yaşamamaktadır. Özellikle geçici barınma merkezinde kalanlar bu konuda kent merkezinde yaşayan Suriyelilere göre daha avantajlı bir konumdadır (AFAD, 2017). Türkiye'ye yaşanan göç sonrası Suriyelilerin yarıya yakını en az bir sağlık kurumundan sağlık hizmeti almış (AFAD, 2017; Uçku ve Bahadır, 2016, s. 35), hizmetten yararlananların büyük bir çoğunluğu da kendisine sağlanan hizmetlerden memnun kalmıştır (AFAD, 2017). Türkiye'de bulunan Suriyelilerin genel sağlık durumlarına ilişkin olarak resmi veri bulunmamaktadır. Ancak yapılan saha taramalarında Suriyelilerde kronik ağrı, hipertansiyon, diyabet, koroner arter hastalığı, osteoartrit ve diğer romatizmal hastalıklar, migren, astım/koah/kronik bronşit, demir eksikliği, reflü/ gastrit ve alerjik gibi hastalıkların görüldüğü belirlenmiştir (Uçku ve Bahadır, 2016, s.34). Suriyeli çocuklarda görülen fizyolojik sağlık sorunlarına ilişkin herhangi bir veri bulunmamaktadır. Ancak Türkiye'de geçici koruma altındaki Suriyeli çocuklara yönelik aşılama, gelişim izleme, muayene, ilaçla tedavi, ameliyat, fizik tedavi gibi sağlık hizmetleri verildiği literatürde belirtilmektedir. Suriyelilerin sağlık hizmetlerine erişiminin kolaylaştırılması amacıyla sivil toplum örgütlerinin de katılımı ile birlikte Sağlık Bakanlığı tarafından birçok farklı program geliştirilmiştir. Suriyeliler için sağlık merkezlerinin açılması, sağlık hizmeti personellerine hizmetçi eğitimler verilmesi, Suriyeli doktor ve hemşirelere de eğitimler verilerek sağlık hizmetlerinde görev almalarının sağlanması, saha taramaları yaparak gebelerin belirlenmesi,

gebelik ve doğum sonrası aşılama ve gelişim izlemlerinin yapılması bunlara örnek olarak verilebilir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çocuk işçiliği önemli bir sosyal sorun olarak yaşanmaktadır. Özellikle Suriye’den yaşanan göç ile birlikte çocuk işçiliği sorunsalına bir alt başlık olarak Suriyeli çocuk işçiliği eklenmiştir. Geçici koruma altında bulunan Suriyeli çocukların yaşadığı ekonomik yetersizlikler, aile büyüklerinin işsizlik sorunları, işverenler açısından ucuz ve kolay emek olarak algılanma gibi birçok etkenin bir araya gelmesiyle Suriyeli çocuk işçiliği sorunu giderek büyümektedir. Suriyeli çocukların çalışma hayatları incelendiğinde yaş grubu açısından Türkiye ile benzer özellikler gösteren Suriyeli çocukların en çok 15-17 yaş grubunda (Aytaç ve Kılınç, 2020, s. 389-390) çalıştığı söylenebilir. Çalışılan sektörler açısından karşılaştırma yapıldığında ise en fazla hizmet sektöründe çalışan Suriyeli çocukların (Aytaç ve Kılınç, 2020, s. 393-394) bu durumu Türkiye oranından (TUİK, 2020b) fazla olsa da Türkiye’de çocukların çalışma alanları ile benzer bir özellik göstermektedir. Suriyeli çocukların çalışma koşulları değerlendirildiğinde ise düşük ücretle zor şartlarda çalıştırıldıkları söylenebilir.

Çocuk işçiliği, eğitim ve sağlık sorunları ile paralel bir olgu olan sosyoekonomik koşullar değerlendirildiğinde Suriyeli çocukların aileleri ile birlikte açlık sınırının oldukça altında bir yaşam sürdürdüğü görülmektedir. %97 gibi bir oranla neredeyse tamamen yakını yoksulluk sınırı altında (İNGEV ve IPSOS, 2017) yaşayan geçici koruma altındaki Suriyelilerin kişi başına düşen aylık geliri dünya ve Türkiye genelinin oldukça altındadır. Kamuya ait kurum ve kuruluşlar ile uluslararası ve ulusal sivil toplum kuruluşları tarafından Suriyelilerin yaşamakta olduğu ekonomik yoksunluğun ortadan kaldırılmasına yönelik birçok farklı hizmet ve program geliştirilmiştir. Ancak yapılan araştırmalar Suriyelilerin yarısının (Yücel vd., 2018, s. 30) bu hizmetlerden yararlanabildiğini göstermektedir. Bu durum ekonomik açıdan yardımlara ihtiyaç duyan geçici koruma altındaki Suriyelilerin ekonomik destek hizmetlerine erişimde sorunlar yaşadığını düşündürmektedir. Hizmetlere ulaşılabilirlikte yaşanan bu sorun daha çok, kayıt başvurusunda bulunmalarına yönelik teşvik edici kamu hizmetleri bulunmasına rağmen, kentlerde yaşamlarını sürdüren Suriyelilerin halen kayıt altına alınmamış veya kayıt altına alınmış olanların ise resmi birimlere bildirimde bulunmadan ikamet değişikliği yapmış olabileceğinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca dil sorunundan kaynaklı olarak bilgi edinmede de yetersizlik yaşanabilmektedir. Suriyelilerin sosyal yardımlara erişimlerinin artırılarak, çocukların sosyoekonomik açıdan daha fazla desteklenmesi ile çocukların temel yaşam standartlarına erişimi sağlanabilecektir. Dolayısıyla eğitim ve sağlık hizmetlerinden daha fazla yararlanma imkânı bulan çocukların okul terki, yetersiz beslenme, erken yaşta ve zor koşullarda çalışma gibi sorunlar ile karşı karşıya kalmasında da önleyici bir etkisi olacaktır.

Kaynakça

- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD, 2014). *Türkiye’deki Suriyeli kadınlar-2014*. https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/17934/xfiles/turkiye_deki-suriyeli-kadinlar_-2014_2_.pdf (Erişim tarihi: 18.01.2022).
- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. (2013). *12816 sayılı 2013/8 Genelge*. https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/2311/files/Suriyeli_Misafirlerin_Saglik_ve_Diger_Hizmetleri_Hakkinda_Genelge_20138.pdf (Erişim tarihi: 15.02.2022).
- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. (AFAD, 2017). *Türkiye’deki Suriyelilerin demografik görünümü, yaşam koşulları ve gelecek beklentilerine yönelik saha araştırması*. https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/25337/xfiles/17a-Turkiye_deki_Suriyelilerin_Demografik_Gorunumu_Yasam_Kosullari_ve_Gelecek_Beklen_tilerine_Yonelik_Saha_Arastirmasi_2017.pdf (Erişim tarihi: 18.01.2022).

- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. (AFAD, 2018). *Geçici barınma merkezleri raporu*. https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/2374/files/15_10_2018_Suriye_GBM_Bilgi_Notu_1.pdf (Erişim tarihi: 11.02.2022).
- Akarçay-Ulutaş, D. ve Kırılıoğlu, M. (2020). Sosyal hizmetin gözünden sosyal uyum için bir öneri: Çokkültürlü eğitim. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(2), 677-698.
- Aytaç, Ö. ve Kılınç, P. (2020). Emek sömürsünün yeni yüzü: Suriyeli çocuk işçiler. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(1), 381-404.
- Bahadır, H., ve Uçku, R. (2016). İzmir'in bir mahallesinde yaşayan 6-17 yaş arasındaki Suriyeli çocukların çalışma durumları ve çalışma durumlarını etkileyen etmenler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 117-124.
- Balcılar, M. (Ekim- 2016). *Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin sağlık durumu araştırması: Türkiye'de yaşayan Suriyeli mültecilerde bulaşıcı olmayan hastalık risk faktörleri sıklığı*. https://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar/suriyeli_multeci.pdf (Erişim tarihi: 15.02.2022).
- Çocuk Hakları Sözleşmesi (ÇHS). <https://www.unicef.org/turkey/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme> (Erişim tarihi: 05.02.2022).
- Çocuk ve Haklarını Koruma Platformu (ÇHKP, 2016). *Toplum gözüyle mülteci çocuklar araştırması- Ekim 2016*. http://cocukhaklarinikorumaplatformu.org/wp-content/uploads/2016/11/GfK_Toplum_Gozuyle_Multeci_%C3%87ocuk_Arastirmasi_Raporu_Eyl%C3%BCl_2016_v.2.pdf (Erişim tarihi: 10.02.2022).
- EASO Sığınma Raporu (2020). *Avrupa birliğinde sığınma durumuna ilişkin yıllık rapor*. <http://madde14.org/images/9/97/EASORapoOzet2020tur.pdf> (Erişim tarihi: 11.02.2022).
- Erdoğan, M. M. (2019). *Türkiye'deki Suriyeli mülteciler*. <https://www.kas.de/documents/283907/7339115/T%C3%BCrkiye%27deki+Suriyeliler.pdf/caf9d37-7035-f37c-4982-c4b18f9b9c8e?version=1.0&t=1571303334464> (Erişim tarihi: 05.01.2022).
- Erdoğan, M. ve Ünver, C. (2015). *Türk iş dünyasının Türkiye'deki Suriyeliler konusundaki görüş, beklenti ve önerileri*. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu. ISBN: 978-605-9994-18-7
- Fournier, L. (2021). Bir mültecinin insan hakları: Mevzuat maddeleri ışığında rehber ilkeler. S. Vatandaş (Ed.). *Uluslararası Mülteci Hakları Derneği: BM özet rehberi* içinde (ss. 1-9). İstanbul: Uluslararası Mülteci Hakları Derneği.
- Geçici Koruma Altına Alınanlara Verilecek Sağlık Hizmetlerine Dair Esaslar Hakkında 22.10.2014 Tarihli ve 29153 Sayılı Yönerge. <https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/1376,saglik-bakanligi-gecici-koruma-yonergesi-25032015pdf.pdf?0> (Erişim tarihi: 05.02.2022).
- Gencer, T. E. (2017). Göç ve eğitim ilişkisi üzerine bir değerlendirme: Suriyeli çocukların eğitim gereksinimi ve okullaşma süreçlerinde karşılaştıkları güçlükler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54). 838-851.
- Göç İdaresi Başkanlığı (2021). *Uluslararası koruma*. <https://www.goc.gov.tr/uluslararasi-koruma-istatistikler> (Erişim tarihi: 05.03.2022).
- Göç İdaresi Başkanlığı (2022a). *Türkiye'de geçici koruma*. <https://www.goc.gov.tr/turkiye-de-gecici-koruma> (Erişim tarihi: 05.03.2022).
- Göç İdaresi Başkanlığı (2022b). *Düzensiz göç*. <https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-istatistikler> (Erişim tarihi: 05.03.2022).

- Harunoğulları, M (2016). Suriyeli sığınmacı çocuk işçiler ve sorunları: Kilis örneği. *Göç Dergisi*, 3(1), 42-44.
- International Money Fund (IMF, 2021). *WEO-Database 2016*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- International Labour Organization (ILO, 2021). *Child labour*. <https://www.ilo.org/ankara/projects/child-labour/lang--en/index.htm> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- İNGEV ve IPSOS (2017). *Suriyeli mülteci hayatlar monitörü*. <https://www.ipsos.com/tr-tr/multeci-hayatlar-monitoru-yayinda> (Erişim tarihi: 08.03.2022).
- Kireçdağ, N. (2017). Antakya'da bir alan araştırmasına dayalı gözlemler: Suriyeli sığınmacı çocuk işçiler. *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 16 (62-63), 29-35.
- Lordoğlu, K. ve Aslan, M. (2018). Görünmeyen göçmen çocukların işçiliği: Türkiye'deki Suriyeli çocuklar. *Çalışma ve Toplum*, 2, 715-732.
- Mavi Kalem (2019). *Suriyeli çocukların eğitimi araştırma raporu 2019*. <http://madde14.org/images/7/74/MaviKalemSuriyelicocukEgitim2019.pdf> (Erişim tarihi: 25.02.2022).
- Milli Eğitim Bakanlığı (2021). *Örgün eğitim istatistikleri 2020-2021*. http://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2021_09/10141326_meb_istatistikleri_organ_egitim_2020_2021.pdf (Erişim tarihi: 10.01.2022).
- Milli Eğitim Bakanlığı (Kasım, 2020). *Yıllara göre ülkemizde bulunan geçici koruma altındaki Suriyeli nüfus*. http://hbogm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2021_03/18104635_Mart_internet_bulteni_.pdf (Erişim tarihi: 17.02.2022).
- Mülteciler Derneği (2020a). *Anne-bebek destek projesi*. <https://multeciler.org.tr/anne-ve-cocuk-sagligi-projesi/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mülteciler Derneği (2020b). *Çocuk koruma birimi*. <https://multeciler.org.tr/cocuk-koruma-birimi/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mülteciler Derneği (2020c). *Türkiye'deki Suriyeli sayısı Aralık 2020*. <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi-aralik-2020/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mülteciler Derneği (2021a). *Fizik tedavi birimi*. <https://multeciler.org.tr/rehabilitasyon-birimi/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mülteciler Derneği (2021b). *Ruh sağlığı birimi*. <https://multeciler.org.tr/akil-ve-ruh-sagligi-birimi/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mülteciler Derneği (2021c). *Sosyal uyum yardımı (SUY) programı*. <https://multeciler.org.tr/yabancilara-yonelik-sosyal-uyum-yardimi-programi-suy/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mülteciler Derneği (2022). *Türkiye'deki Suriyeli sayısı Ocak 2022*. https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/?gclid=CjwKCAiAvOeQBhBkEiwAxutUVFiitfwKEo8OyBTX6rGMKK4vAuN-01kHSqrq2j2XIm4vSSvUw8tCpxoCHnUQAvD_BwE (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin Cenevre Sözleşmesi (1951). <https://www.multeci.org.tr/wp-content/uploads/2016/12/1951-Cenevre-Sozlesmesi-1.pdf> (Erişim tarihi: 22.02.2022).

- Önder, N. (2019). Türkiye’de geçici koruma altındaki Suriyelilere yönelik sağlık politikalarının analizi. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 110-165.
- Özer, S. ve Şirin, S.R. (2020). *Suriyeli mülteci çocuklar saha araştırması sonuç raporu*. https://www.academia.edu/35704348/Suriyeli_M%C3%BClteci_%C3%87ocuklar_Saha_Ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1_Sonu%C3%A7_Raporu (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Sallan-Gül, S. ve Türkmen, E. (2019). Türkiye’de eğitimin dışında kalan, hayallerin uzağına düşen Suriyeli mülteci çocuk olmak. *Ulusa: Uluslararası Çalışmalar Dergisi*, 3(2), s. 114-131.
- Sirin, S. R. ve Rogers-Sirin, L. (2015). *The educational and mental health needs of Syrian refugee children*. Washington: Migration Policy Institute.
- Türkiye Ulusal İstatistik Kurumu (TUİK, 2019a). *Uluslararası göç istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Nufus-ve-Demografi-109> (Erişim tarihi: 17.03.2022).
- Türkiye Ulusal İstatistik Kurumu (TUİK, 2019b). *Çalışan çocuk istatistikleri 2019*. file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/9iORrDhK1hVokO9UJLjEnJR1qnJJoNSUaiNLLptOKCFcvjXnjSOjsHew55LnMEr2dMrMqCcd7_VimIeML9LWxK6wy7Fhf9hxdaYtGk9elLw=.pdf (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Türkiye Ulusal İstatistik Kurumu (TUİK, 2020a). *İstatistiklerle çocuk*. file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/%C4%B0statistiklerle_%C3%87ocuk_20.04.2021.pdf (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Türkiye Ulusal İstatistik Kurumu (TUİK, Mart 2020b). *Çocuk işgücü anketi sonuçları 2019*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Child-Labour-Force-Survey-2019-33807> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- Uçku, Ş.R. ve Bahadır, M.H. (2016). *İzmir’in bir mahallesinde yaşayan Suriyeli sığınmacıların sağlık durumları, sağlık hizmetlerine erişimi ve erişimi etkileyen etmenler*. Proje No: 115S854. <https://app.trdizin.gov.tr/proje/TVRrNU1ESXk/izmir-in-bir-mahallesinde-yasayan-suriyeli-siginmacilarin-saglik-durumlari-saglik-hizmetlerine-erisimi-ve-erisimi-etkileyen-etmenler> (Erişim tarihi: 26.01.2022).
- United Nations Children’s Fund (UNICEF, Haziran 2021). *Child labour: global estimates 2020, trends and the road forward*. <https://data.unicef.org/resources/child-labour-2020-global-estimates-trends-and-the-road-forward/> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- United Nations Children’s Fund (UNICEF,2019a). *Türkiye – UNICEF ülke işbirliği programı 2016-2020: 2019 yıllık raporu*. <https://www.unicef.org/turkey/raporlar/unicef-t%C3%BCrkiye-y%C4%B1ll%C4%B1k-raporu-2019> (Erişim tarihi: 17.01.2022).
- United Nations Children’s Fund (UNICEF,2019b). *Türkiye’de geçici koruma altındaki çocukların eğitimine ilişkin istatistik raporu*. <https://www.unicef.org/turkey/raporlar/t%C3%BCrkiyede-ge%C3%A7ici-koruma-alt%C4%B1ndaki-%C3%A7ocuklar%C4%B1n-e%C4%9Fitimine-ili%C5%9Fkin-istatistik-raporu-2020-2021> (Erişim tarihi: 23.01.2022).
- United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR, 2021). *Turkey operational update September 2021*. <https://www.unhcr.org/tr/wp-content/uploads/sites/14/2021/11/UNHCR-Turkey-Operational-Update-September-2021.pdf> (Erişim tarihi: 25.02.2022).
- United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR,2015). *Protecting and supporting the displaced in Syria unhcr Syria end of year report*. <https://www.unhcr.org/56cad5a99.pdf> (Erişim tarihi: 22.02.2022).

- United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR, 2020). *Türkiye’de mülteciler ve sığınmacılar*. <https://www.unhcr.org/tr/turkiyedeki-multeciler-ve-siginmacilar> (Erişim tarihi: 25.02.2022).
- Ünver, H., Çeri, V., Fındık, O.T.P. ve Arman A.R. (2021). Mülteci çocuk ruh sağlığı ünitesinin 3 yıllık verileri. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 24, 15-22. doi: 10.5505/kpd.2020.57614
- World Health Organization (WHO, 2016). Migration and health: key issues. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-determinants/migration-and-health/migration-and-health-in-the-european-region/migration-and-health-key-issues#292115> (Erişim tarihi: 25.02.2022).
- World Health Organization (WHO; 2019). *Health services for Syrian refugees in Turkey*. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/syrian-crisis/health-services-for-syrian-refugees-in-turkey> (Erişim tarihi: 25.02.2022).
- Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu (YUKK, 2013, 11 Nisan). Resmi Gazete (28615). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6458.pdf>
- Yücel, A., Utaş, C., Luchsinger, G., Kavlak, İ. V., Kristjansdottir, İ. B. ve Freizer, S. (Ed). *Türkiye’de geçici koruma altındaki Suriyeli kadın ve kız çocukların ihtiyaç analizi*. İstanbul. Un Women. <http://madde14.org/images/d/de/SGDDIhtiyacAnalizRaporu2018.pdf> (Erişim tarihi: 25.02.2022).

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.



Kastamonu'daki Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrim İçi Şikâyetlerin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği

Examining Online Complaints for Accommodation Enterprises in Kastamonu: The Case of Tripadvisor

Bilim Uzmanı Ali ŞENGÜL ¹

Öz

Potansiyel turistlerin seyahat planlama sürecinde başta yakın çevreleri olmak üzere birçok farklı kaynaktan bilgi topladıkları bilinmektedir. Ancak bu bilgilerle yetinmeyen bireyler özellikle son dönemlerde daha da popülerleşen seyahat inceleme siteleri, erişimin ücretsiz ve kolay olması nedeniyle daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Bu internet sitelerindeki yorumlar, potansiyel turistlerin kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu sitelerde yer alan olumlu yorumlar müşterileri o işletmeyi tercih etmeye yöneltirken, olumsuz yorumlar ise tercih etmemelerine neden olmaktadır. Bu seyahat inceleme siteleri arasında en popüler sitelerden biri de TripAdvisor sitesidir. Bu çalışmada, Kastamonu ilinde faaliyet gösteren ve ünlü seyahat inceleme sitelerinden biri olan TripAdvisor sitesine kayıtlı olan konaklama işletmelerine yönelik yapılan şikâyet içerikli çevrim içi yorumlar incelenmiştir. İncelenen yorumların analiz edilerek, hoşnutsuzluk sebeplerinin genel bir çerçevesini ortaya koymak ve turizm işletmeleri açısından farkındalık oluşturmak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmış ve verilerin analiz edilmesinde "MAXQDA 2022" programı aracılığı ile kodlamalar yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, Kastamonu'daki konaklama işletmelerine yönelik, odalar, yiyecek-içecek, personel, ön büro ve fiyat konularında şikâyetlerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Odaların ısınması/soğuması, yiyecek-içeceklerin kalitesiz ve çeşitliliğin az olması, fiyatların pahalı olması, personelin ilgisizliği, işletmelerde herhangi bir muhatap bulunmaması gibi şikâyetler, müşterilerin en fazla hoşnutsuzluk duyduğu konular olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda, konaklama işletmelerinin daha iyi hale getirilebilmesi için bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Konaklama işletmeleri, e-şikâyet, Tripadvisor, Kastamonu, çevrim içi şikâyet

Makale Türü: Araştırma

Abstract

It is known that potential tourists collect information from many different sources, especially their immediate surroundings, during the travel planning process. However, individuals who are not satisfied with this information, especially travel review sites, which have become more popular recently, have started to be preferred more because access is free and easy. Reviews on these websites significantly influence the decisions of potential tourists. Positive comments on these sites lead customers to prefer that enterprise, while negative comments contribute to not prefer. Among these travel review sites, one of the most popular sites is Tripadvisor. In this study, online reviews with complaints about accommodation businesses registered on Tripadvisor, one of the famous travel review sites, operating in Kastamonu were examined. The purpose of the study is to reveal a general framework of the reasons for dissatisfaction and to raise awareness in terms of tourism enterprises by analyzing the reviewed comments. In this study, content analysis technique was used and coding was done through the "MAXQDA 2022" program in the analysis of the data. According to the results obtained, it was determined that the complaints about the accommodation establishments in Kastamonu, about rooms, food and beverage, personnel, front office and price came to the fore. Complaints such as heating/cooling of rooms, poor quality and low variety of food and beverages, high prices, indifference of personnel, and lack of interlocutor in the enterprises were

¹alissengul@hotmail.com

Atf için (to cite): Şengül, A. (2024). Kastamonu'daki konaklama işletmelerine yönelik çevrim içi şikâyetlerin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 329-342.

determined as the most dissatisfied issues of the customers. In this context, some suggestions have been made to improve accommodation businesses.

Keywords: Accommodation enterprises, e-complaint, TripAdvisor, Kastamonu, online complaint

Paper Type: Research

Giriş

Günümüzde, bireyler daha fazla bilgi almak, planlama yapmak, satın almak ve görüşlerini paylaşmak için yeni teknolojileri daha fazla kullanmaya başlamışlardır. Google üzerine yapılan bir çalışmada, bireylerin %80'inden fazlasının gezilerini çevrimiçi olarak araştırdığı, doğru yeri ve doğru teklifi bulmak için 26 farklı internet adresini ziyaret ettiği ve bu işlemler için 2 saatten fazla zaman harcadıkları belirtilmiştir (Filieri vd., 2015).

Bu yeni teknolojik gelişmelerle birlikte, sosyal medyanın turizm sektörüne etkisi de artmaya başlamıştır. Bu etkinin artmasındaki sebepler arasında, çevrimiçi seyahat topluluklarının oluşturulması, inceleme sitelerinin ortaya çıkması gibi etkenler bulunmaktadır. Bu internet siteleri, aynı ilgi alanına sahip bireylerin, birbirleriyle buluşmasına ve konuşmasına yardımcı olmaktadır (Cox vd., 2009). Bu internet sitelerinde paylaşılan değerlendirmeler, potansiyel turistlerin tesis seçme ve satın alma gibi durumlarında verecekleri kararları etkilemektedir (Yetkin ve Üngüren, 2014). Çünkü bu değerlendirmeler, hem müşterilerin memnun kaldıkları hizmeti tavsiye etmeleri hem de bu hizmetin kalitesi, personel ve/veya fiyat sorunu gibi memnun kalmadıkları olumsuz hizmetleri kapsamaktadır (Yaşar, 2019).

Buna benzer internet sitelerindeki müşteri değerlendirmeleri potansiyel turistler kadar işletmeler açısından da önem arz etmektedir. Bir işletme hakkında yapılan olumlu yorumların ve/veya değerlendirmelerin, potansiyel müşterilerin satın alma olasılıklarını arttırmasına yardımcı olurken, olumsuz yorumlar ise işletmenin imajını olumsuz etkiler ve satın alma olasılığının düşmesine neden olabilmektedir ((Melián-González vd., 2013). Çünkü günümüzde bireyler, reklamlar ve/veya yakın çevresindeki bireylerden aldıkları tavsiyelerle yetinmeyip, çevrim içi platformlardaki başka bireyler tarafından paylaşılan yorumlar, fotoğraflar ve videolar gibi değerlendirmeleri analiz ederek bunlara güven duymaktadır. Bu yüzden restoran, otel ve acente gibi işletmeler de bu duruma ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Bu işletmeler, müşterilerin beklentilerinin karşılanması, şikâyetlere anında cevap verilmesi, yeni stratejiler geliştirilmesi gibi amaçlarla çevrim içi platformları takip etmektedir (Şahin vd., 2017). Bu yüzden, TripAdvisor gibi incelemeye dayalı siteler, hem turistler için hem de hizmet sağlayıcıları için önem arz eden bilgi kaynakları haline gelmiştir (Filieri vd., 2015).

Bu çalışmada, Kastamonu ilinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor internet sitesine kayıtlı konaklama işletmeleri hakkında yapılan olumsuz yorumların analiz edilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Yapılan olumsuz yorumların kategorileştirilerek, müşterilerin en fazla hangi durumlardan hoşnutsuzluk duyduklarının belirlenmesi, Kastamonu ilindeki konaklama işletmelerinin eksik yönlerinin ortaya çıkarılması ve işletmeler açısından farkındalık oluşturulması çalışmanın diğer amaçlarındandır.

1. Çevrim İçi Yorumların Turizm Sektöründeki Yeri ve Önemi

İnternet ortamında yapılan, yani çevrim içi yorumlar, ziyaretçilerin deneyimlerinden geriye kalan zevk ve hoşnutsuzlukları yansıttığından dolayı turizm araştırmalarında ve uygulamalarında önemli bir yere sahiptir (Banerjee ve Chua, 2016). Erişimi kolay ve ücretsiz olan bu yorumlar, turistlerin izlenimleri, duyguları, görüşleri gibi durumların geri bildirimlerinden oluşmaktadır. Bu geri bildirimler, yorum yapan bireyin duygularını ifade eden, gerçek deneyimleri tanımlayan, öneriler sunan ve önemli bilgiler barındıran yorumları kapsamaktadır (Taecharunroj ve Mathayomchan, 2019).

Turizm sektöründe, turiste sunulan ürün üretildiği yerde ve anda tüketilmesi gibi özelliklere sahip olması, turistler için risk oluşturmaktadır. Bundan dolayı, potansiyel turistler

seyahatlerini planlama sürecindeyken birçok bilgiye ihtiyaç duymakta ve bu bilgilere erişmek için de farklı kaynaklara başvurmaktadır. Günümüz dünyasında teknolojinin gelişmesiyle birlikte “kulaktan kulağa” iletişim yerini “e-kulaktan kulağa” iletişime bırakmaya başlamıştır (Genç ve Batman, 2018). Bu kapsamda potansiyel turistler, gezilerini planlama aşamasındayken hem yakın çevrelerinden bilgi aldıkları hem de internet ortamındaki planlanan geziyi daha önce deneyimlemiş bireylerin fikirlerinden yararlandıkları söylenebilir.

Potansiyel turistler için olumlu yorumlar kadar olumsuz yorumlar, yani şikâyetler de, önem taşımaktadır. Şikâyet kavramı, bireyin beklentisi ile ürünün algılanan performansı arasındaki dengesizliğin bir fonksiyonu olarak ifade edilmektedir. Bu ifade, turistlerin en iyi destinasyondaki en iyi hizmeti arayış sürecinde bir beklenti içerisine girdiği ve aldığı hizmetin beklentisinin altında kalmasıyla hüsrana uğraması durumu yönünden turizm sektörüyle ilişkilendirilmektedir (Silva vd., 2018). Ayrıca, yapılan bazı araştırmalara göre bireylerin internet ortamındaki negatif yorumlara inanmalarının yatkın olduğu belirlenmiştir (Arkadaş ve Ayyıldız, 2020).

Çevrim içi yorumlar konaklama işletmeleri açısından, işletmenin imajının korunması/düzeltilmesi ve tanıtımı için önem arz etmekte ve işletmelere, müşterinin geri dönüşü ve/veya sadık kalması gibi kararlarını etkilemektedir. İşletme yöneticileri, işletmeleri hakkında yapılan çevrim içi yorumlara yanıtlar vererek işletmenin pazarlama potansiyelini arttırmakta ve bu durum da işletmenin iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır (Avant, 2013).

Müşterilerin konaklama işletmeleriyle ilgili yaptıkları yorumlar iki ana nedene dayandırılmaktadır. Bu nedenlerden ilki, müşterilerin karşılık verme isteğidir. Bu istek; eğer otelde konaklayan bir müşteri, otelde kendisine sunulan hizmetlerden memnun kaldıysa, bu memnuniyetini başkalarına tanıtmak ve oteli ödüllendirmek amacıyla bir çevrim içi yorum paylaşır şeklinde açıklanmıştır. Ancak tam tersi bir durum yaşandığında, yani müşteri konakladığı otelden memnun kalmadan ayrıldıysa, diğer tüketicileri uyarmak amacıyla olumsuz paylaşımlar da yapılmaktadır. Müşterileri çevrim içi yorum yapmaya iten ikinci sebep ise diğer tüketicileri uyarma, deneyimleri diğer tüketicilerle paylaşma isteğidir. Bu istek deneyimlenen hizmetten memnun kalma durumuna göre değişmektedir. Eğer müşteri verilen hizmetten memnun kalmışsa, bu memnuniyeti diğerlerinin de deneyimlemesi için olumlu yorumlar paylaşmakta, memnun kalmamışsa, diğerlerini bu konuda uyarma amacıyla olumsuz yorumlar paylaşmaktadır (Yoo ve Gretzel, 2008).

Black ve Kelley (2009) tarafından yapılan çalışmada, alınan hizmetten memnun olmayan bireylerin üç farklı şekilde tepki gösterdikleri belirtilmektedir. Bu tepkiler; “çıkış (exit)”, “ses (voice)” ve “sadakat (loyalty)” şeklinde açıklanmıştır. Çıkış tepkisi, müşterinin, o işletmeyi bırakması, yani o işletmeyi bir daha tercih etmemesi anlamına gelmektedir. Ses tepkisi, müşterinin aldığı hizmetten memnuniyetsizliği belirtmesi, yani şikâyette bulunması anlamına gelirken, sadakat tepkisi ise aldığı hizmetten memnun kalmamasına rağmen müşteri olmaya devam etmesi anlamına gelmektedir.

Turizm işletmelerinin, işletme hakkında müşteriler tarafından yapılan olumlu ve/veya olumsuz yorumlara ve değerlendirmelere karşı tutumları önem taşımaktadır. Olumlu yorumlar, işletmenin hangi hizmetleri doğru yaptığını, hangi hizmetlerin daha çok ön plana çıktığını belirtmektedir. Olumsuz yorumlar ise, hangi hizmetlerin yanlış yapıldığını, hangi hizmetlerin düzeltilmesi gerektiğini ve hangi hizmetlerin eklenmesi ve/veya kaldırılması gerektiği gibi durumları ön plana çıkarmaktadır. Hem olumlu hem de olumsuz değerlendirmeler potansiyel müşteriler tarafından dikkatle incelenmekte ve kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir.

2. Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrim İçi Şikâyetler

Daha önce de bahsedildiği üzere, potansiyel turistlerin seyahatlerini planlama aşamalarında çevrim içi yorumları inceledikleri belirlenmiştir. Literatür incelendiğinde de bu konuda birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Schuckert vd., (2015) tarafından yapılan bir

çalışmada, turizm işletmelerine yönelik çevrim içi yorumlar kapsamında 2004-2013 yılları arasında hazırlanan akademik çalışmalar incelenmiş ve araştırma sonucunda ulaşılan 50 makalenin 30'unun konaklama işletmelerine yönelik olduğu belirtilmiştir. Aşağıdaki tabloda konuya yönelik olarak bazı çalışmalara yer verilmiştir (Schuckert vd., (2015)'ten akt. Genç ve Batman, 2018).

Tablo 1. Konuyla ilgili yapılan bazı akademik çalışmalar

Yazar (Yıl)	Çalışmanın Amacı	İncelenen Yorum/Şikâyet Sayısı	Araştırma Sonucunda Öne Çıkan Şikâyetler
Aylan vd. (2016)	Termal otellere yönelik şikâyetlerin değerlendirilmesi	2340	Fiyat, reklam, kampanya, çağrı merkezi ve personel şikâyetleri
Arawadieh ve Demirkol (2015)	İstanbul ilinde en yüksek fiyatlı beş yıldızlı on otel işletmesine yönelik şikâyetlerin incelenmesi.	219	Hizmet kalitesi, tesis temizliği, personel şikâyetleri
Kızılırmak vd. (2015)	Doğu Karadeniz bölgesindeki otel işletmelerine yönelik yapılan e-yorumların incelenmesi.	155	Eşyaların durumu ve yetersizliği, gürültü ve kalabalık, otelin bakımı ve durumu ve personel şikâyetleri
Sparks ve Browning (2010)	Konaklama işletmelerine yönelik turist şikâyet sebeplerinin analizi.	200	Odaların durumu, müşteri servisi ve genel alan şikâyetleri
Lee ve Hu (2004)	Konaklama işletmelerine yönelik turist şikâyet sebeplerinin analizi.	222	Hizmet hatası, hizmet kalitesi ve müşteri hizmetleri şikâyetleri
Zheng vd. (2009)	Konaklama işletmelerine yönelik turist şikâyet sebeplerinin analizi.	504	Hizmet kalitesi, odaların durumu ve fiyat şikâyetleri
Arpacı vd. (2015)	Helal konseptli otel işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerinin hangi kategorilere ayrıldığı ve yıllara göre sıklıklarının saptanması.	758	Fiyat, reklam, kampanya, personel ve çağrı merkezi şikâyetleri
Yılmaz (2014)	Tüketici şikâyetlerinin örgütsel öğrenme aracı olarak değerlendirilmesi	Toplam yorum: 6458 Konaklama işletmelerine yönelik yorum: 2787	Personel, lezzet, kalite ve temizlik şikâyetleri

Kaynak: Genç ve Batman, 2018

Genç ve Batman (2018) tarafından hazırlanan yukarıdaki tabloya göre, konaklama işletmelerine yönelik yapılan çevrim içi yorumların ortak sonuçlara sahip olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili hem Türkiye'deki konaklama işletmelerine yönelik çalışmalar hem de uluslararası alandaki konaklama işletmelerine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. İncelenen yorumlar arasında personel, temizlik ve kalite gibi konular hakkındaki şikâyetler ön plana çıkmıştır.

3. Yöntem

Bu çalışmada, Kastamonu'daki konaklama işletmeleri müşterilerinin e-şikâyet davranışlarını incelemek için içerik analizi tekniği uygulanmıştır. İçerik analizi, açık kodlama kurallarına dayalı olarak fazla sayıdaki metni daha az içerik kategorisine sıkıştırmak amacıyla sistematik, tekrarlanabilir bir tekniktir (Stemler, 2000). Bu tanım kapsamında, bu çalışmanın bulgularında kullanılan bilgiler, popüler bir seyahat inceleme sitesi olan "TripAdvisor" sitesinden elde edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, TripAdvisor sitesindeki kullanıcı yorumlarını

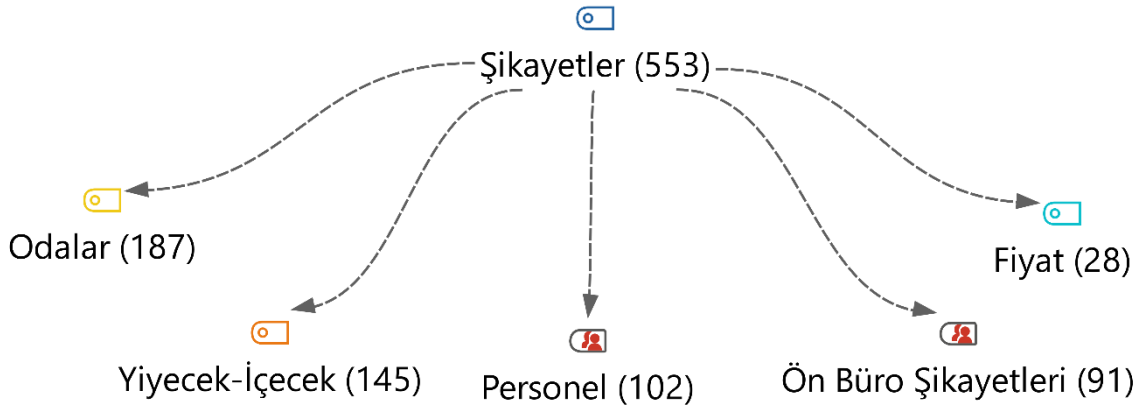
analiz ederek, Kastamonu'daki konaklama işletmelerinde yaşadıkları deneyimler sonrasında ortaya çıkan şikâyetleri belirlemektir. Ayrıca, Kastamonu'daki konaklama işletmelerinde yaşanan sorunların genel bir çerçevesini ortaya çıkarmak ve konaklama işletmelerinin sahipleri/yöneticileri açısından farkındalık oluşturarak işletmelerin daha geliştirilmesine katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evrenini Kastamonu ilinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor internet sitesine kayıtlı olan konaklama işletmeleri oluştururken, örneklemini ise Kastamonu ilinde faaliyet gösteren, TripAdvisor internet sitesine kayıtlı olan ve hakkında en az 10 çevrim içi yorum yapılan 12 adet konaklama işletmesi oluşturmaktadır. TripAdvisor internet sitesinden elde edilen bilgiler, 10-15 Mart 2022 tarihleri arasında toplanmış ve 2019 yılı ile Mart 2022 tarihleri arasındaki 1, 2 ve 3 puanlı yorumlar araştırmaya dâhil edilmiştir. TripAdvisor internet sitesinde seyahat puanlama tablosu bulunmakta ve bu puanlama tablosu 1 (berbat), 2 (kötü), 3 (ortalama), 4 (çok iyi) ve 5 (mükemmel) şeklindedir. 12 konaklama işletmelerine yapılan toplam 1372 çevrim içi yorum incelenmiş ve bu yorumlardan 207 çevrim içi yorumun şikâyet barındırdığı tespit edilmiştir. Bu şikâyet içeren yorumlar Türkçe, İngilizce, Almanca vb. dillerden oluşmaktadır. 207 çevrim içi şikâyet, tek tek incelenerek "MAXQDA 2022" programı aracılığı ile kodlanmış ve toplam 553 şikâyet belirlenmiştir.

4. Bulgular

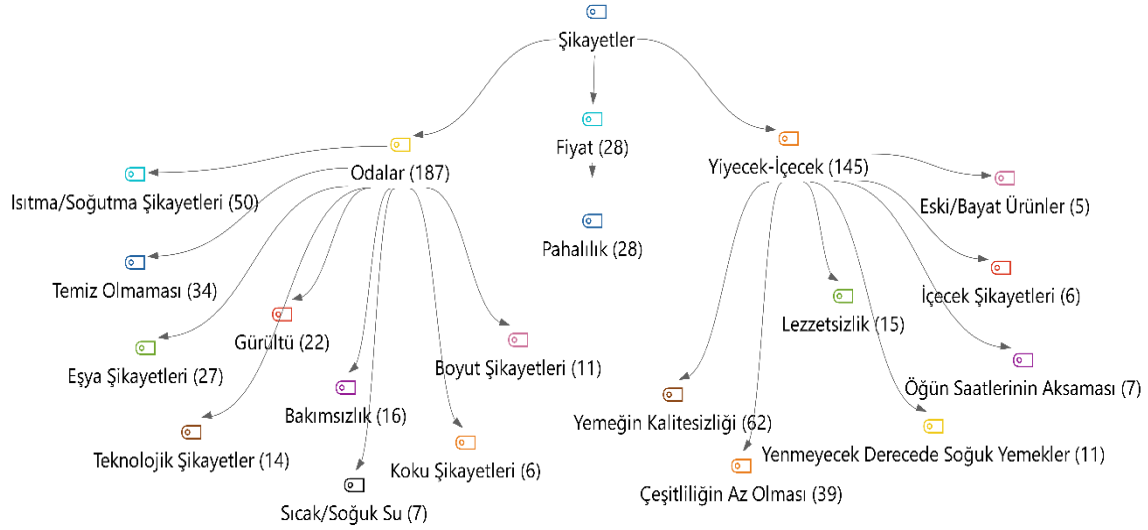
Kastamonu ilinde faaliyet gösteren ve hakkında berbat (1), kötü (2) ve ortalama (3) puanlar verilen konaklama işletmeleri ile ilgili kullanıcıların yaptıkları 207 yorum araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamına dâhil edilen 207 çevrim içi şikâyet, MAXQDA 2022 programı kullanılarak temalara ve kodlara ayrılmıştır. Toplam 30 adet ana ve alt tema kullanılmıştır. Yapılan kodlama işlemi sonrasında toplam 553 şikâyet türüne ulaşılmıştır. Oluşturulan temalar aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

Şekil 1. Kullanıcı yorumlarına yönelik oluşturulan kodlar



Kullanıcı yorumları göz önüne alınarak 5 ana tema oluşturulmuştur. Kullanıcıların yorumları incelendiğinde bu 5 ana temanın öne çıktığı ve bunlara odaklanılması gerektiği belirlenmiştir. Bu temalar yiyecek-içeceklere yönelik şikâyetler, odaların durumuna yönelik şikâyetler, personellerin davranışlarına yönelik şikâyetler, ön büroya yönelik şikâyetler ve fiyat/ücretlendirmeye yönelik şikâyetlerden oluşmaktadır. Bu konaklama işletmelerinde deneyim yaşayan kullanıcıların oluşturdukları değerlendirmelere göre; en fazla şikâyet kaldıkları odalar ile ilgili iken, en az şikâyet ise fiyat konusundaki şikâyetlerdir. En fazla şikâyete sahip yorumların bulunduğu odalar ve yiyecek-içecek konularına yönelik oluşturulan alt temalar aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

Şekil 2. Odalar, yiyecek-içecek ve fiyat konusundaki şikâyetlerin alt temaları



Yukarıdaki şekil incelendiğinde, müşterilerin kaldıkları oda ile ilgili olarak toplam 187 şikâyet içeren yorum belirlenmiştir. Bu yorumlar arasında ise, odanın ısınmaması veya çok sıcak olması, temiz olmaması, oda dışındaki seslerin odadan duyulduğu, odadaki eşyaların yetersiz ve/veya bozuk olması, yeterince bakımlı olmaması, odanın çok küçük ya da büyük olması, odadaki internet bağlantısının sağlanamaması, sıcak/soğuk suyun olmaması ve odada rahatsız edici kokunun olması gibi şikâyetlerden oluşmaktadır. Bu şikâyetlerin belirtildiği bazı çevrim içi yorumlar aşağıdaki tabloda aktarılmıştır.

Tablo 2. Odalara yönelik çevrim içi şikâyetler

Şikâyet Türü	Çevrim içi yorum
Gürültü	"... Bir gece kaldık ama iyi ki de bir gece kalmışız. Gece boyunca uyuyamadığımız gibi üst katta yürümleri ve bunun yarattığı gacıır gucur dayanılmaz tahta sesinden de mahvolduk. Pencereyi açtığınızda ise hava almak için bu seferde bahçede insanların eğlencesinden (içki içip müzik dinliyorlardı, söylüyorlardı). İnanılmaz bir deneyim oldu, o tahta sesleri halen kulaklarımda resmen. ..." "... Ses izolasyonu çok kötü. Odalara ciddi ses alıyor. ..." "... Odalar arası çok ses var. ..."
Isıtma/Soğutma	"... Odada ciddi bir ısınma sorunu vardı. Klima resmen soğuk hava veriyor resepsiyon ile görüştüğümde ısıtma sistemini şimdi açtık dediler (bu görüşme saat 18:30 - 19:00 saatlerinde oldu). Sonra ısıtma sistemini açtılar oda ısınmaya başladı fakat gece yarısı buz gibi bir odada uyandım ısıtma sistemi yine durmuştu. ..." "... Gece sıcaktan bayılacaktık. Klima yok. ..."
Temizlik	"... Pis, tozlu odaları olan bir otel. Kalmayı planlıyorsanız bir kez daha düşünün. ..." "... Odalar çok temiz değildi. Özellikle nevresimler ve yastık kılıfları çok temiz değildi. ..." "... Yatak çarşafı saç, kıl içinde. ..."
Odadaki Eşyalar	"... Sabun iyi kalite değil. Musluk arızalı. Duş başlığından da su çok tazyikli aktığı için duş yaparken canımız yandı. Duşa koydukları saç şampuanı değildi. Şişenin üstünde sıvı el sabunu yazıyordu. Dolaplarda battaniye olmadığı için tuttuğumuz ikinci odadan battaniye almak zorunda kaldık. ..." "... Konulan havlular yırtık, tuvalet kapağı kırık. Duş başlığı bozdu. ..." "... Yatak çok rahatsız affedersiniz taş üzerinde yatmış gibi oldum. ..."
Teknolojik	"... Her gün yeni internet şifresini istemek zorunda kaldık ve sinyal tutarlı değildi. ..." "... Odadaki tv'ler çok küçük. ..." "... Tv çok rezil hiç iyi çekmiyor. ..." "... Kablosuz ağ yok gibi çok zayıf. ..." "... İnternet çekmiyor. ..." "... Wi-Fi başta çalışsa da sonra tamamen koptu ve bir daha kullanamadım."
Bakımsızlık	"... Odam biraz eski ve yıpranmış bir odaydı, banyonun yenileştirmeye ihtiyacı vardı acilen. ..." "... Odalar eskiden öte, dökülüyor, perişanlık hali. ..." "... Odalar bakımsız duvarlarında lekeler çizikler köşelerinde kararmalar mevcut. ..."
Sıcak/Soğuk Su	"... Sıcak su yok. Bırakın duş almayı ellerimizi yıkarken bile donduk. ..." "... Sıcak suyun olmaması böyle bir otelde affedilebilecek bir durum değil." "... Sıcak sular akmadı. ..."
Koku	"... Banyolara daha çok özen gösterin koku var. ..." "... Pis bezlerle odayı silmişler ve oda çok kötü kokmuştu. ..." "... Odanın içinde değişik pis koku var. ..."
Boyut	"... Oda konusunda ise uzun zamandır bu kadar küçük odaya sahip bir otelde konaklamadım. ..." "... Tek kişilik odalar kümes gibi. ..." "... Oda çok küçük. Hatta banyosundan bile küçük odasında konakladım."

Kullanıcıların yorumlarına bakıldığında, özellikle ısıtma/soğutma, temizlik, eşyalar ve gürültü gibi sorunlar konusunda kullanıcıların ortak fikirde oldukları söylenebilir. Isıtma/soğutma konusunda; odalarda klimanın ve/veya kaloriferin olmaması/çalışmaması sonucunda üşüme ya da terleme gibi durumlarla karşılaşıldığı belirtilmiştir. Temizlik konusunda; odaların yeteri kadar temizlenmediği, eşyaların pis ve tozlu olduğu konusunda şikâyetler ön plandadır. Odadaki eşyalar ile ilgili olarak, bu eşyaların kalitelerinin zayıf olduğu, bazı eşyaların bozuk/hasarlı olmasından dolayı kullanılmadığı, bazı eşyaların ise eksik olduğu gibi şikâyetlere değinilmiştir. Ayrıca odalara yüksek düzeyde ses geldiği, ses yalıtımının olmaması ya da yeterli seviyede olmaması gibi nedenlerden dolayı kullanıcılar rahatsızlıklarını dile getirmişlerdir. Teknolojik şikâyetler ile ilgili olarak kullanıcılar, özellikle kablosuz internet bağlantısının olmadığı/zayıf olduğu konusunda sorun yaşamıştır. Bunlara ek olarak odaların eski ve bakımsız olması, odalarda pis kokuların olması ve sıcak su kullanımının olmaması da diğer bir şikâyet türüdür. Odaların boyutlarıyla ilgili olarak ise; odaların küçük olduğu ya da büyük odalara çok fazla eşyanın yerleştirilmesiyle alanın daraltıldığı gibi boyut sorunları da yaşanmıştır.

Konaklama işletmeleriyle ilgili yiyecek-içecek sorunları da ön plana çıkmaktadır. Bu sorunlardan bazıları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 3. Yiyecek-içecek ile ilgili şikâyetler

Şikâyet Türü	Çevrim içi yorum
Yemeğin Kalitesizliği	"... Kahvaltı vasatın da altında, kalitesiz ürünler servis ediliyor. ..."
	"... Akşam yemeği vasat, mezeler kötü. Kahvaltı kötü. ..."
Çeşitliliğin Az Olması	"... Yemekler rezil! Bir kere akşam yemeğine dahil oldum. Ondan başka da ne öğlen ne kahvaltı yemeğine gitmedim. ..."
	"... Çeşit yok denecek kadar yok. Zeytin 1 çeşit, ezine peynir aramayın, yok."
Lezzetsizlik	"... Kahvaltı tam bir rezalet. İki çeşit zeytin, iki çeşit peynir, haşlanmış yumurta ve kendi ürettikleri reçeller sunulmuş sadece. ..."
	"... Yemekler açık büfe ama seçenekler çok sınırlı. ..."
Yenmeyecek Derecede Soğuk Yemek	"... Yemekler berbat. Hiçbir lezzet yok. ..."
	"... Özellikle kahvaltı ve öğle yemekleri son derece lezzetsiz. ..."
Öğünlerin Aksaması	"... Lezzetler vasat, yiyecek bir şey bulmak hakikaten güç. ..."
	"... Basit bir makarna bile buz gibiydi ve yağı üstünde donmuştu. ..."
İçecekler	"... Yemekler soğuk servis ediliyor. Bir kere aldığım yemeğin sıcak olduğunu görmedim. ..."
	"... Yemeklerin hiç albenisi yoktu. Sanki öğlenden kalmış gibiydi ve soğuktu"
Eski/Bayat Ürünler	"... Saat 8.00'de hazır olması gereken büfe anca 8.16'da hazır oldu. ..."
	"... Yemek salonuna girmek için sıra bekledik. Sıra bize gelince 30 dk masamızın temizlenmesini bekledik. ..."
Eski/Bayat Ürünler	"... Sıcak içecek temini sıkıntılı. ..."
	"... Çayı cam bardakta değil kartonda self servis olarak alıyorsunuz. ..."
Eski/Bayat Ürünler	"... Otelde diyet kola ve zero yoktu ilginç bir şekilde. ..."
	"... Bir meyve tabağı gönderildi ama tabaktaki beş meyvenin üçü çürük. ..."
Eski/Bayat Ürünler	"... Büfenin yarısı bir gün önceden kalma meze ve zeytinyağlıları koymuşlardı. Ekmekler bayattı. ..."
	"... Tatlılar bekletilmiş. Üzerleri kabuk tutmuş bir şekilde sunuluyor. ..."

Kullanıcıların yorumlarına göre, en fazla sorun teşkil eden konular, yemeklerin kalitesizliği, çeşitliliğin az olması, yemeklerde lezzet bulunmaması gibi konulardır. Özellikle yemeklerin kaliteleri hakkında yapılan yorumlar arasında kullanıcıların "vasat" ve "berbat" kelimelerini daha çok kullandığı belirlenmiştir. Sunulan yemeklerin çeşitlerinin az olması, belli başlı ürünlere sürekli olarak yer verilmesi konusunda da kullanıcılar sorunlarını dile getirmişlerdir. Kullanıcıların en az şikâyetçi oldukları durum ise sunulan ürünlerin eski/bayat olması konusudur. Bu kapsamda ildeki konaklama işletmelerinde genel olarak taze/yeni ürünlerin kullanıldığı söylenebilir.

Kullanıcıların memnun olmadıkları bir diğer durum da fiyat konusudur. Müşterilerin genel olarak, aldıkları hizmet ile fiyat karşılaştırması yaptıkları ve bunun sonucunda da verdikleri ücretin karşılıksız olduğunu belirten yorumları bulunmaktadır. Fiyatlandırma konusunda kullanıcıların yaptıkları yorumlardan bazıları şu şekildedir;

"... Fiyatı biraz daha düşük olsaydı fiyat-performansın daha dengeli olduğunu söyleyebilirdim. ..."

"... Kesinlikle fiyat ve karşılık oranı çok düşük. ..."

"... Kahvaltı tabakları hoş değil ve soğuktan donduk. Bir de o kadar para bayıldık. ..."

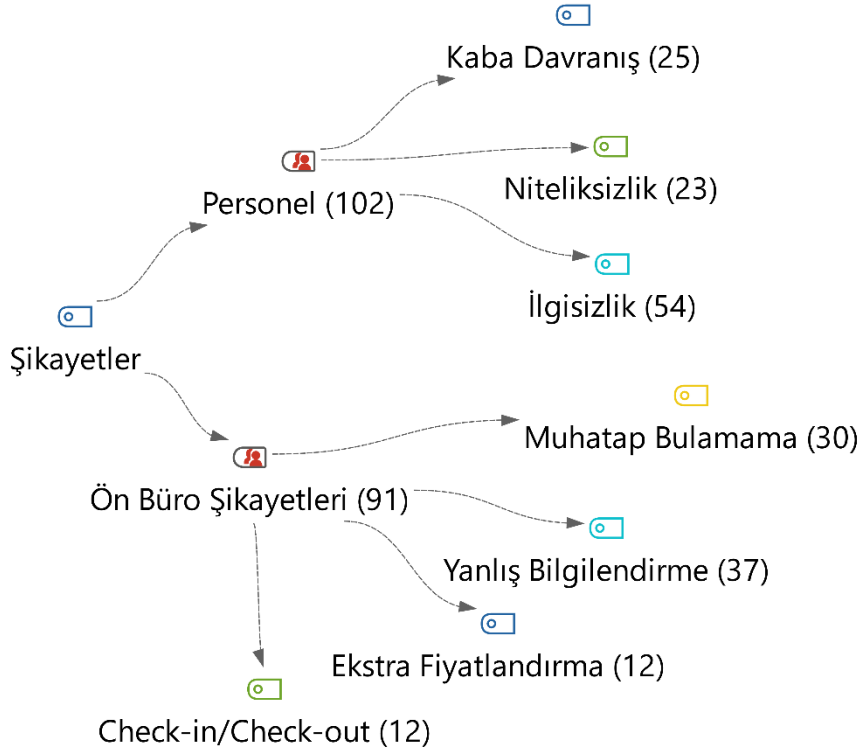
"... Bence bir küçük şehir oteline göre çok pahalı. ..."

"... Fiyatlar çok yüksek. Kahvaltıya alınan para büyük şehirlerdeki güzel yerlerden yüksek. Kalite-fiyat oranı düşük. ..."

"... Oda fiyatı böyle bir şehir için yüksek gibi görünüyor. ..."

"... Sadece oda ve kahvaltı veriyor. Geri kalan her şey 4 katı ve üstünde fiyata sunuluyor."

Şekil 3. Personel ve ön büro konusundaki şikâyetlerin alt temaları



Kullanıcıların ortak fikirde olduğu diğer şikâyet konuları ise personel ve ön büroya yönelik sorunlardır. Personel konusunda, karşılaştıkları personellerin niteliksiz ve ilgisiz oldukları ve kendilerine kaba davranışlarda bulduklarını belirten yorumlar yapmışlardır. Bu yorumların analiz edilmesi sonucu 102 adet şikâyet içerikli yorum belirlenmiştir. Ön büroyla ilgili şikâyetçi olunan konular ise bir durumla karşılaşıldığında bu durum hakkında bilgi alacak ve/veya bu durumu bildirecekleri bir muhatap bulamamaları, ön büroda kendilerine yanlış bilgilendirmede bulunmaları, bir hizmetin fiyatının daha sonra ekstralandırılması ve check-in/check out sırasında yaşanan durumlardır. Ön büroya yönelik şikâyetleri içeren yorumların sayısı da 91 adettir. Personeller ile ilgili şikâyetlere yönelik bazı yorumlar aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 4. Personel ile ilgili şikâyetler

Şikâyet Türü	Çevrim içi yorum
Niteliksizlik	"... Fakat personel çok acemi. ..."
	"... Tesis fiziki anlamda güzel fakat personelin kapasitesi çok düşük. ..."
	"... Nevresimi geçirmek için birini gönderdiler. Neyi neye geçireceğinden haberi yok. ..."
	"... Çalışanlar hepsinden daha rezalet. Bu otelde kimse turizmin T'sinden anlamıyor. Paranızla rezil olmayın, gitmeyin. ..."
	"... Resepsiyondakiler biraz daha profesyonel olabilirdi ..."
İlgisizlik	"... Personeller eğitimsizler sanırım ya da turizmle alakaları yok. ..."
	"... Mutfakta boş oturan bayanlar orada sohbet etmek yerine kahvaltı eden 3-5 kişi ile ilgilenseler fena olmazdı. ..."
	"...Çalışanların ilgisi sıfır. ..."
	"...Asık suratlı, ilgisiz, kaba, neredeyse müşterisini azarlama hevesinde otel personelleri ..."
Kaba Davranış	"... Her eleman sorduğunuz soruya farklı yanıt veriyor. İşletmede kimsenin kimseden haberi yok. ..."
	"... Öncelikle çalışanlar hizmet sektörü için çok kaba. İnsan azarlar gibi konuşuyorlar. ..."
	"...Kurumun garsonları alkollü olarak şirket çalışanlarımıza saldırdı. ..."
	"...Soğuktan şikâyet ettiğimizde "soğuk olması normal, dışarda kar var." cevabını aldık. ..."
	"...Diğer yandan servis elemanları başarılı olmadıkları gibi terbiye sınırları aşan konuşmalar yapan elemanlar da yok değil. ..."
	"...Hayatımda karşılaştığım en saygısız, laubali çalışan. ..."

Daha öncesinde de belirtildiği üzere, kullanıcıların karşılaştıkları personel ile ilgili şikâyetleri genel olarak aynı konular üzerinedir. Personellerin, bu işi yapmak için yeterli eğitime, seviyeye sahip olmadıkları, müşterilerin sorunlarına çözüm odaklı yaklaşmadıkları ve ilgisizlikleri, müşterilere karşı kibar olmamaları, hatta azarlayarak ve/veya terbiyesizce konuşmaları gibi durumlar müşterilerin işletme hakkında düşüncelerinde negatif değişimlere neden olmuştur.

Son olarak, kullanıcıların Kastamonu'daki konaklama işletmelerinde yaşadıkları bir diğer sorun ise ön büro ile ilgilidir. Kullanıcılar, işletmeye giriş yaptığında, işletmede bir sorunla karşılaştığında ya da bir durumu bildirmek istediklerinde ön büroda kimseyi bulamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun dışında ön bürodaki çalışanlar tarafından yanlış bilgilendirme yapıldığı, daha önce konuşulmayan bir durumun sonrasında ekstra fiyatlandırmaya tabi tutulduğu ve otele giriş ve/veya çıkış işlemleri sırasında sorunlarla karşılaşıldığı belirtilmiştir. Aşağıdaki tabloda ön büro ile ilgili yapılan şikâyetlere yönelik bazı çevrim içi yorumlar aktarılmıştır.

Tablo 5. Ön büro ile ilgili şikâyetler

Şikâyet Türü	Çevrim içi yorum
Yanlış Bilgilendirme	"...Rezervasyon yaparken havuz, spa, hamam var diyerek yaptırdık ama otele vardığımızda bakımda kapalı diye söylendi. Rezervasyon sırasında böyle bir uyarıda bulunulmadı. ..."
	"...Otele gelmeden başka, giriş yaptıktan sonra başka konuşuyorlar..."
	"...Hiçbir şekilde uyarılmadan Double yerine iki kişilik tek yataklı bir oda verildi..."
Muhatap Bulamama	"...15 kişi kadar ailece gitmemize rağmen sabah açık büfe kahvaltı veremeyeceklerini söylediler. Bu rezervasyon sırasında bize söylenmemiştir."
	"... Otel ile ilgili bir bilgiyi öğrenmek ve soracak birini bulabilmek için ciddi uğraşmanız gerekiyor. ..."
	"... Tesise girdiğinizde size tesis hakkında bilgi veren kimse yok ..."
Ekstra Fiyatlandırma	"...Otelde ilgili bulmak çok zor. Bulduğunuz kişinin de sorununuzu çözmesi saatler alabiliyor ..."
	"... Resepsiyon telefonlara bakmamak için telefonu açık bırakıyor. ..."
	"... Bar menüsünde yazan fiyat ile adisyona yazılan fiyat farklı. Neymiş efendim fiyat revize edilmiş ama menü değişmemiş. ..."
Check-in/Check-out	"...Alkol hariç her şey dahil paketimizde maalesef çilekli soda da alkol gibi ekstraya girdi. Ben her şey dahil tatil alınca gittiğim otellerde hiçbir şeye ücret ödediğimi hatırlamıyorum. ..."
	"...Çıkış yaparken duvardaki panodan kaldığımız odanın 500 TL olduğunu öğrendik. Neden 550 dediniz diye sorduk bir şey demediler. ..."
	"...Çıkış yapacağımız gün, çıkış saatini de geçirmememize rağmen odalarımız temizlenmişti. Halbuki biz çıkış için odaya gittiğimizde banyoyu kullandık? ..."
Check-in/Check-out	"...Önceki hafta yapmış olduğumuz rezervasyon kayıtlara geçmemiş. Allahtan tesis dolu değildi. Hemen odamıza yerleştik. ..."
	"... Gündüz konuşup rezervasyon yaptığımız halde akşam gittiğimizde ışıklar yanmıyordu. Kimse telefonu açmadı. Tekrar bizi arayan kişi o anda çalışan arkadaşla ulaşamadığını başka yer bakmamızı söyledi. ..."

TripAdvisor kullanıcılarının Kastamonu'da konakladıkları işletmelerde ön büro ile ilgili şikâyetleri genel olarak aynı durumlardan ortaya çıkmıştır. İşletmeye rezervasyon yaptırmadan önce verilen bilgi ile rezervasyon yaptırdıktan sonra verilen bilgi ya da karşılaşılan durumun farklılık içermesi yaygın şikâyetler arasındadır. Konaklama sırasında müşterilerin bir sorun yaşaması halinde bu sorunu bildirecekleri, çözüme kavuşturacak bir ilgiliyi bulmakta zorluk çekmeleri de bir diğer şikâyet konusudur. Bazı kullanıcılar rezervasyon öncesinde/sırasında anlaştıkları fiyatın işletmeden ayrılırken daha fazlasının talep edildiği gibi sorunlarla karşılaşırken, bazı kullanıcılar da işletmeye giriş/çıkış işlemlerinin yapılmasındaki sorunlarla karşılaştığını belirtmiştir.

Kullanıcıların yukarıda belirtilen şikâyet içerikli çevrim içi yorumlarında birçok ortak kelime bulunmaktadır. Aynı sorundan/durumdan hoşnutsuz olan kullanıcılar, bu

Sivas'taki otel işletmelerine yönelik çevrim içi yorumların incelendiği çalışmada, en önemli şikâyetler kapsamında kahvaltının yetersiz ve kötü olması, temizliğin kötü ve yetersiz olması ve eşyaların eski olması gibi konular bulunmaktadır. Yine farklı bir çalışmada, Adıyaman ilindeki otellere yönelik çevrim içi şikâyetler belirlenmiş ve belirlenen şikâyetler arasında ses yalıtımı, kahvaltı çeşitliliği, hijyen durumu gibi şikâyetlerin yer aldığı görülmüştür (Yeşilyurt vd., 2020). Belirtilen çalışmalardan elde edilen sonuçlar, bu çalışmayla paralellik göstermektedir. Bu yorumlardan yola çıkarak konaklama işletmelerine, müşterilerin odalarında daha konforlu hissetmeleri için, odaların bakımlarının düzenli aralıklarla yapılması, odalardaki eşyaların sürekli kontrol edilerek yenilenmesi, temizliklerin sürekli olarak detaylı bir şekilde yapılması ve odaların iklimlendirme sistemlerindeki sorunların ivedilikle çözülmesi önerilmektedir. Ayrıca, müşterilere sunulan yemeklerin daha kaliteli, bol çeşitli ve lezzetli hale getirilebilmesi için mutfak personellerine ve ürünlerin müşterilerine daha hızlı sunulması için servis personellerine gerekli uyarıların yapılması da önem taşımaktadır.

Müşterilerin memnuniyetsizliklerindeki diğer bir konu ise işletmelerdeki personellerdir. Personellerin, müşteriler ile ilgilenmemesi, müşterilere kaba davranmaları ve/veya bu iş için yeterli eğitime, bilgiye sahip olmaması, müşterileri oldukça huzursuz etmektedir. Bu kapsamda, personellere, müşterilere çözüm odaklı yaklaşımları, onlarla nasıl konuşmaları gerektiği ve iletişimlerinin daha iyi hale getirilebilmesi için gerekli eğitimlerin verilerek daha donanımlı bireyler olmalarının sağlanması önerilmektedir. Bu konuyla bağlantılı olarak, müşterilerin ön bürodaki işlemleri sürecinde de büyük sorunlar yaşadığı görülmektedir. Bu sorunların başında, ön bürodaki personeller tarafından yanlış bilgiler verilmesi ve yaşanan bir durumu bildirebilecek bir yetkili bulunmaması gelmektedir. İşletmeye giriş sürecinde verilen bilgilerin, giriş yapıldıktan sonra değişmesi müşterilerin memnuniyet durumlarında değişimler yaratmaktadır. Özellikle fiyatlandırma konusu müşteriler açısından en önemli konular arasındadır. Şahin vd, (2017) tarafından hazırlanan çalışmada da belirtildiği üzere, satın alma sırasında belirtilmeyen ücretlerin, sonrasında müşteriye yansıtılması müşterileri şoka uğratmakta ve bu durum da etik sorunları doğurmaktadır. İstanbul Beyoğlu'ndaki bazı otellere yönelik çevrim içi şikâyetlerin incelendiği bir çalışmada da personellerin kaba davranması, check-in sürecinin uzaması ve personellerin performansı gibi şikâyetlere rastlanmıştır (Ak ve Kızılırmak, 2019). Aynı şekilde, bir yetkili ile görüşme ihtiyacı hisseden müşteriler, bir yetkili bulamadıklarında da aynı durum yaşanmaktadır. Bu doğrultuda işletmelerin, müşterileri yanlış bilgilendirerek yönlendirmemeleri gerektiği, gerekirse bazı bilgileri yazılı olarak sunmaları gibi seçeneklerin müşteriyi daha memnun edebileceği düşünülmektedir. Buna ek olarak, müşteriler ile bire bir ilgilenecek bir yetkilinin olması ve/veya sürekli olarak müşterilerin memnuniyetlerinin sorgulanarak bu memnuniyetin sürekliliğinin sağlanması, eğer bir memnuniyetsizlik durumu söz konusu ise bu durumun çözüme kavuşturulması da büyük önem taşımaktadır. Ayrıca bundan sonraki yapılacak çalışmalar kapsamında araştırmacılara, konaklama işletmeleri sahipleri/yöneticileri ve/veya bu işletmelerden hizmet alan müşteriler ile bu sorunların daha derinlemesine incelenmesi amacıyla görüşmeler yapılması önerilmektedir. Ek olarak, Facebook, Twitter ve/veya Instagram gibi popüler uygulamalardaki ilgili destinasyonda bulunan işletmelere yönelik düşünceler incelenerek karşılaştırmalar yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ak, S. & Kızılırmak, İ. (2019). Otel işletmelerinde e-şikâyetler ve e-şikâyet yönetimi üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 820-832.
- Alrawadieh, Z., & Demirkol, Ş. (2015). Konaklama işletmelerinde e-şikâyet yönetimi: İstanbul'daki beş yıldızlı oteller üzerinde bir çalışma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 132-151.

- Arkadaş, A. R., & Ayyıldız, T. (2020). Uludağ'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin çevrimiçi tüketici yorumlarının incelenmesi: "TripAdvisor.com" üzerinden içerik analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2633-2658.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K., & Batman, O. (2015). Helal konseptli otel işletmelerine yönelik yapılan müşteri şikâyetleri üzerine bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(11), 181-198.
- Avant, T. (2013). *Responding to TripAdvisor: how hotel responses to negative online reviews affect hotel image, intent to stay, and intent to return*. (Yüksek lisans tezi), University of South Carolina, Columbia.
- Aylan, S., Arpacı, Ö., & Celiloğlu, F. K. (2016). Bir internet şikâyet forumundaki termal otellere yönelik şikâyetlerin incelenmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 49-68.
- Banerjee, S., & Chua, A. Y. (2016). In search of patterns among travellers' hotel ratings in TripAdvisor. *Tourism Management*, 53, 125-131. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.020>
- Black, H. G., & Kelley, S. W. (2009). A storytelling perspective on online customer reviews reporting service failure and recovery. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 26(2), 169-179.
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C., & Buultjens, J. (2009). The role of user-generated content in tourists' travel planning behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(8), 743-764.
- Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management*, 51, 174-185. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007>
- Genç, K., & Batman, O. (2018). Tarihi konak işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin değerlendirilmesi: İpekyolu Ayaş-Sapanca koridoru üzerine bir araştırma. *International Journal of Management Economics & Business*, 14(1), 283-296.
- Işkın, M., & Baştürk, Y. A. (2020). Sivas' da faaliyet gösteren otel işletmelerinin Tripadvisor yorumlarına yönelik nitel bir analiz. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (5), 63-76.
- Kızılırmak, İ., Alrawadieh, Z., & Aghayeva, S. (2015). Doğu karadeniz bölgesindeki otel misafirlerinin seyahat e-yorumlarına yönelik bir içerik çözümlemesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(4), 110-121.
- Lee, C. C., & Hu, C. (2004). Analyzing hotel customers' e-complaints from an internet complaint forum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(2-3), 167-181.
- Melián-González, S., Bulchand-Gidumal, J., & González López-Valcárcel, B. (2013). Online customer reviews of hotels: As participation increases, better evaluation is obtained. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 274-283.
- Sahin, I., Gulmez, M. and Kitapci, O. (2017), E-complaint tracking and online problem-solving strategies in hospitality management: Plumbing the depths of reviews and responses on TripAdvisor, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(3), 372-394. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0009>
- Schuckert, M., Liu, X., & Law, R. (2015). Hospitality and tourism online reviews: Recent trends and future directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(5), 608-621.

- Silva, E., Paulo, E., Coelho-Costa, E., & Perinotto, A. (2018). O aplicativo TripAdvisor e as reclamações online realizadas pelos turistas: uma visão dos empreendimentos gastronômicos em fortaleza-ce. *Podium Sport, Leisure And Tourism Review*, 7(3), 370-389. <https://doi.org/10.5585/podium.v7i3.214>
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2010). Complaining in cyberspace: The motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 797-818.
- Stemler, S. (2000). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17), 137-146.
- Şahin, B., Kazaoglu, İ. H., & Sönmez, B. (2017). Konaklama işletmelerine yönelik seyahat sitelerinde yer alan şikâyetler üzerine bir inceleme: Bişkek örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 163-177.
- Taecharunroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75, 550-568. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.020>
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yeşilyurt, H., Çalışkan, C., & Okat, Ç. (2020). Potansiyel turizm destinasyonlarında bulunan otellerle ilgili e-şikâyetlerin coğrafi bakışla değerlendirilmesi: Adıyaman örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2003-2017.
- Yetkin, M., & Üngüren, E. (2014). *Konaklama işletmeleri yöneticilerinin otel değerlendirme sitelerine yönelik tutumları*. III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Yılmaz, Ö. D. (2014). Tüketici şikâyetlerinin örgütsel öğrenme aracı olarak değerlendirilmesi: Konaklama işletmeleri ve tur operatörlerine yönelik şikâyetler üzerine bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4), 131-148.
- Yoo, K. H., & Gretzel, U. (2008). What motivates consumers to write online travel reviews? *Information Technology & Tourism*, 10(4), 283-295.
- Zheng, T., Youn, H., & Kincaid, C. S. (2009). An analysis of customers' e-complaints for luxury resort properties. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(7), 718-729.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarına aittir.



Turizm Alanında Lisans Eğitimi Veren Kurumlarda Etik Dersi İncelemesi

Ethics Course Analysis in Institutions Providing Undergraduate Education in the Field of Tourism

Doktora Öğrencisi Selen LEVENT¹, Doktora Öğrencisi Emre UYGUN², Doç. Dr. Hatice
GÜÇLÜ NERGİZ³

Öz

Bireylerin davranışlarının altında yatan değerlerin ve bu değerlere bağlı davranışlarının iyi veya kötü sonuçlarının değerlendirilmesi etik olarak tanımlanmaktadır. Etik, bireyin davranışlarının yaşadığı toplumdaki sosyal, yasal ve fiziksel çevreye karşı sorumluluklarına uygun gerçekleştirmesini pekiştiren sosyal değerlerin bütünüdür. Bu değerlerin öğrencilik dönemlerinden itibaren bireylere öğretilmesi adına verilen eğitim iyi ile kötünün ayırt edilmesiyle birlikte bireylerin nasıl davranışlarda bulunmaları hakkında düşünmelerine yardımcı olmaktadır. Etik değerlerin öğretilmesi hem bireylerin günlük yaşantılarına hem de gelecekteki çalışma hayatlarındaki rollerine uygun davranışlara hazırlamaktadır. Turizm eğitimi gören öğrenciler gelecekte, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler için birer çalışan adaydır. Turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleğe ilişkin bilgiler edinmeleri ve etik niteliklere sahip olmaları oldukça önemlidir. Bu nedenle turizm öğrencilerinin aldıkları etik eğitimleri, meslek hayatlarında sergileyecekleri davranışları, karşılaşılabilecekleri etik sorunlarla başa çıkabilmeleri ve çözüm üretebilmeleri açısından fayda sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren devlet ve vakıf üniversitelerinin ders programlarında etik ile ilişkili derslerin incelenerek, turizm eğitiminde etğin yeri ve öneminin belirlenip değerlendirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, lisans düzeyinde turizm eğitimi veren 97 fakülte ve yüksekokulun kurumsal internet sitelerinde yer alan ders programlarına ulaşılması hedeflenmiştir. Fakat ele alınan üniversiteler kapsamında 1 devlet üniversitesinin kurumsal internet sayfasının güncellenmekte olması; 3 devlet ve 2 vakıf üniversitesinin de ders programlarına erişim sağlanamaması nedeniyle araştırmaya toplamda 91 üniversiteden elde edilen verilerle yürütülmüştür. Veriler, içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda; etik ile ilişkili derslerin en çok turizm işletmeciliği bölümüne ait ders programlarında, seçmeli ders kategorisinde, turizmde etik/turizm ve etik adı altında dördüncü sınıfta yer aldığı saptanmıştır. Ayrıca gastronomi ve turizm rehberliği bölümlerinde alana ilişkin özelleştirilmiş etik dersleri dikkat çekmektedir. Son olarak ise elde edilen bulgulardan hareketle gelecek çalışmalara ve turizm eğitimi veren fakülte/yüksekokullara yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm eğitimi, turizm etiği, içerik analizi, doküman analizi

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Evaluation of the values underlying the behaviors of individuals and the good or bad consequences of their behaviors based on these values is defined as ethical. Ethics is the whole of social values that reinforce the individual's behavior in accordance with his responsibilities towards the social, legal and physical environment in the society in which he lives. The education given in order to teach these values to individuals from their student days helps individuals to think about how they should behave together with the distinction between good and bad. Teaching ethical values prepares individuals for behaviors that

¹Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, selen013@gmail.com

²Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, emreygunn95@gmail.com

³Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

Atf için (to cite): Levent, S., Uygun, E. ve Güçlü Nergiz, H. (2024). Turizm alanında lisans eğitimi veren kurumlarda etik dersi incelemesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 343-362.

are appropriate both for their daily lives and for their roles in their future working lives. Students studying tourism are candidates for future businesses operating in the tourism industry. It is very important for students who receive tourism education to obtain information about the profession and to have ethical qualifications. For this reason, the ethics training of tourism students is beneficial in terms of their behavior in their professional life, coping with the ethical problems they may encounter and producing solutions. The aim of this study is to determine and evaluate the place and importance of ethics in tourism education by examining the courses related to ethics in the curriculum of state and foundation universities that provide undergraduate tourism education in Türkiye. In line with this purpose, it is aimed to reach the course programs on the corporate websites of 97 faculties and schools that provide tourism education at the undergraduate level. However, within the scope of the universities discussed, the institutional web page of 1 state university is being updated; Due to the inability to access the curricula of 3 state and 2 foundation universities, the research was conducted with data obtained from a total of 91 universities. The data were analyzed by content analysis technique. As a result of the study; It has been determined that ethics-related courses are mostly included in the curricula of the tourism management department, in the elective course category, in the fourth grade under the name of ethics in tourism/tourism and ethics. In addition, specialized ethics courses in the gastronomy and tourism guidance departments draw attention. Finally, based on the findings, various suggestions were presented for future studies and faculties/schools providing tourism education.

Keywords: Tourism education, tourism ethics, content analysis, document analysis

Paper Type: Research

Giriş

Turizm disiplinler arası ekonomik, doğal ve toplumsal açıdan farklı yönleri içerisinde barındıran insan odaklı bir etkinliktir (Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2012). Bu etkinlikte yer alan tüm paydaşların etik ilkeler ve standartlara sahip olması büyük önem taşımaktadır. Turizm işletmelerinin kurumsal yapılarında ve faaliyetlerinde etik ilke ve standartlara uygun hareket etmemeleri çalışanlar ve turistler başta olmak üzere ilgili paydaşlar tarafından işletmeye karşı duyulan güvenin zaman içerisinde zayıflamasına, işletmeye olan saygınlık ve sadakatin azalmasına sebebiyet verebilecektir (Özdemir ve Özer, 2018, s. 331). Bu olumsuz durumların önüne geçilebilmesi adına turizm işletmelerinde etik ilke ve standartların önemini bilen, uygulayabilen nitelikli ve iyi eğitim almış personellerin istihdam edilmesi gerekmektedir. İstihdam edilecek turizm personellerinin etik konusu hakkında bilgi sahibi olmaları, etik ilke ve standartlara uyum sağlayabilme düzeyleri, etik olmayan durum ve davranışların farkındalığının kazandırılmasında (Akova ve Çalık, 2008, s. 2) almış oldukları turizm eğitiminin büyük rolü vardır. Öyle ki çalışanların etik açısından olumsuz durum ve davranışlarla çalışma hayatlarında karşılaştıklarında turizm eğitimlerinde edindikleri bilgiler doğrultusunda nasıl davranmaları gerektiği konusunda yol gösterici olacağı ifade edilmektedir (Aslan ve Kozak, 2006, s. 60).

Turizm öğrencilerinin eğitim hayatlarında sahip oldukları etik yargılarının ve algılamalarının geliştirilmesine temel oluşturan etik eğitimi (Lee ve Tsang, 2013, s. 233) mesleki yaşamlarında olaylar karşısında etik davranışlar sergilemelerine yönelmelerine katkı sağlayabilir. Çünkü turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi sürecinde olumsuz etik durumları ve sorunları düzenli ortaya çıkabilmektedir (Yeh vd., 2005, s. 27). Kronikleşerek ortaya çıkan bu olumsuz durumların daha ortaya çıkmadan önce önlenmesi turizm işletmelerinde çalışan personellerin eğitilmesi kadar ileride işletmelerde çalışacak genç nesillerinde eğitilmesini kapsamalıdır. Bu nedenle turizm eğitimcileri tarafından turizm faaliyetlerinde çalışacak öğrencilerin eğitim programlarında etik derslerinin verilmesinin önemli olduğu vurgulanmaktadır (Vallen ve Casado, 2000, s. 44). Turizm endüstrisinde faaliyet gösterecek çalışanlara eğitim veren turizm fakülteleri ve yüksekokulları eğitim süreçlerinde etik ile ilişkili kavram/değerleri öğrencilere benimsetmeleri mesleğe olan saygının artırılmasında etkili olmaktadır (Polat Üzümcü ve Bayraktar, 2004). Bu durum, turizm endüstrisi kapsamında faaliyet gösteren işletmelerde çalışmak üzere yetiştirilen öğrencilerin eğitim gördüğü bu kurumlarda etik ile ilişkili derslerin de önemini arttırmaktadır (Lee ve Tsang, 2013, s. 233; Polat

ve Şahin, 2016, s. 612). Fakat bu kurumlarda verilen turizm eğitiminde etik ile ilişkili derslerin, genel işletme derslerinden ayırt edilmemesinin turizme özgü ekonomik, sosyal ve psikolojik boyutlarının göz ardı edilmesine neden olabileceği ifade edilmektedir (Hultsman, 1995; Walle, 1995). Ayrıca turizm eğitiminde etik ile ilişkili derslerin programlarda detaylı bir şekilde yer verilmesi ve alana ilişkin sentezlenmesi gerektiği de belirtilmektedir (Ross, 2004; Hudson ve Miller, 2005; Yeh, 2012; Polat vd., 2016). Turizm eğitimi kapsamında etik ile ilişkili eğitim alan öğrenciler; etik hususlar konusunda daha bilgili, çalışma hayatında etik dışı davranışlardan kaçınabilecek, olası etik dışı bir davranışla karşılaştıklarında nasıl davranmaları gerektiğini düşünebileceklerdir (Ross, 2004; Knanin, 2014; Polat vd., 2016). Öğrencilerin turizm endüstrisi içerisinde en sık yaşanan etik durumların neler olduğunu, bu durumların neden kaynaklandığını, nasıl çözüme kavuşturabileceklerini düşünmeleri konusunda belli bir farkındalık düzeyine sahip olmaları gerekmektedir (Martin, 1998, s. 22). Turizm eğitimi içerisinde öğrencilere öğretilmek üzere verilen etik derslerinin felsefi olarak ele alınmaktan ziyade daha çok uygulamalar üzerinden aktarılması öğrencilerin neyin etik neyin etik olmadığını anlamlandırmasını kolaylaştırabilecektir (Enghagen, 1990, s. 458).

Turizmde etik sorunların zaman içerisinde giderek artması, konunun turizm alanında yapılan akademik araştırmalara da yansımaya neden olmuştur. Turizm literatüründe 1990'lı yıllarda etik alanında yapılan çalışmalarda turizmde etiğin önemine değinen çalışmalar söz konusudur. İlerleyen süreçte gerçekleştirilen akademik araştırmalarda ise turizm ve etik arasındaki ilişkinin daha açık ortaya konulması adına farklı turizm faaliyetlerinde etik olan ve olmayan durumlar açıklanmaya çalışılmıştır (Fennell, 2006). Turizm literatürü içerisinde etik ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların turizm işletmelerinde meydana gelen veya karşılaşılan etik dışı uygulamalar daha çok araştırmacılar tarafından ele alınmaktadır. Ancak, turizm endüstrisinde çalışan personellerin yetiştirilmesi sürecinde ilgili müfredatlarda etik eğitiminin ve buna bağlı olarak öğrencilerin mevcut etik sorunlara yönelik düşüncelerini irdeleyen çalışmalarının çok yaygın olmadığı tespit edilmiştir (Lee ve Tsang, 2013; Aydın vd., 2016). Bu eksiklikten yola çıkılarak hazırlanan bu çalışmada turizm fakültelerinde etik dersinin mevcut durumunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada, turizm eğitimi, turizm etiği ve eğitimi kavramları açıklanmıştır. Turizm eğitiminde etik ile ilişkili derslerin yerinin ve ders içeriklerinin tespit edilmesine yönelik, Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yükseköğretim ile fakültele ait ders programları araştırma kapsamına alınmıştır. Nitel araştırma tasarımı planlanan araştırma doküman analizi yöntemine dayanmaktadır. Verilerin analizinde içerik analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında etik ile ilişkili derslerin; bölümlere göre dağılımı, programda yer aldığı ders türü, eğitimin verildiği sınıf ve programlardaki derslerin hangi başlıklar altında toplandığı tespit edilmiştir.

1. Turizm Eğitimi

Turizm endüstrisi 1950'li yıllardan itibaren günümüze kadar gelişim göstererek ve zaman içerisinde çeşitlenen ve dünya genelinde (Mazilu ve Sitnikov, 2010, s. 210) küresel ekonomik katkıları itibarıyla petrol, kimya ve otomotiv endüstrisinin ardından dördüncü sırada en hızlı büyüme gösteren endüstridir (Lee ve Tsang, 2013, s. 228). Çarpan ve çoğaltan etkileriyle yaklaşık 33 farklı sektörle ilişkisi bulunan turizm endüstrisi ekonomik kazanç ve istihdam yaratabilme özelliğine sahiptir (Uygun vd., 2019, s. 502). Küresel çapta önemli bir yere sahip olan turizm endüstrisi içerisinde istihdam edilecek personellerin işletmelerin faaliyetlerini yerine getirilmesi ve daha kaliteli hizmet sunabilmesi adına nitelikli eğitime sahip olması gerekmektedir (Çimen ve Akbaba, 2006, s. 231; Yayla vd., 2017, s. 49). Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren verilen ekonomik teşviklerle turizm endüstrisinin gelişim göstermesiyle birlikte (Türkeri, 2014, s. 2) ortaya çıkan işgücü ihtiyacı turizm eğitimi almamış kişilerin istihdam edilmesiyle giderilmeye çalışılmıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005, s. 25). Ancak turizm, emek yoğun bir endüstri olması (Erdoğan ve Yıldırım, 2014, s. 16), rekabet üstünlüğü sağlayabilecek kaliteli bir hizmet sunulabilecek nitelikteki personel ihtiyacının karşılanması (Akyurt, 2019, s. 762) turizm eğitimi almış çalışanlarla mümkündür.

Turizm eğitimi, uygulamaya dönük staj eğitimlerinin fazla olması nedeniyle diğer eğitim türlerine kıyasla farklılaşmaktadır (Dağdeviren, 2007, s. 14). Kavramsal olarak turizm eğitimi, turizm kaynaklarının korunması adına toplum genelinde turizme yönelik bir bilinç geliştirilerek turistlerin sosyo-kültürel farklılıklarına saygı duyarak herhangi bir ayrımcılığa bulunmayarak ahlaki dürüstlikle herkese eşit derece saygı ve turizm hizmeti sunulmasına yönelik verilen eğitimidir (Bayer, 1998, s. 146). Turizmde çalışacak öğrencilerin turizm endüstrisinin genel yapısı içerisinde karşılaşabilecekleri her türlü duruma karşı hazırlıklı olabilecek düzeyde eğitim verilmesini kapsamaktadır (Holloway ve Humphreys, 2016). Turizm eğitiminin temel esası, turizm eğitimi veren kurum tarafından (Mısırlı, 2002, s. 41) turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu gereksinimlerin karşılanması adına (Solmaz ve Ulama, 2014, s. 102), turistler başta olmak üzere ilişki kurulan kişilere karşı hoşgörülü biçimde hizmet edilmesidir (Temizkan ve Kılıç, 2020, s. 243). Aynı zamanda, verilen eğitimle turizm bilinci geliştirilerek yeni kavram ve teknolojileri (Atay ve Yıldırım, 2008, s. 395), farklı teorik ve pratik bilgilerle öğretildiği bir disiplin niteliği taşımaktadır (Davras ve Bulgan, 2012, s. 230).

Turizm eğitimi almış öğrencilere yönelik talebin artış göstermesine bağlı olarak turizm eğitimi veren kurumlar dünya genelinde yaygınlaşmaya başlamıştır (Malihah ve Diyah Setiyorini, 2014, s. 4). İsviçre’de 1893 yılında özel bir kolej olan “Ecole Hoteliere de Lozan”ın eğitim vermesiyle dünyada ilk turizm eğitimi başlamıştır (Uygun vd., 2019, s. 502). İngiltere’de verilen turizm eğitimi ise turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerde uygulanabilecek düzeyde daha akademik temelli diplomalı bir eğitim (Airey, 2015, s. 2) içermektedir. Üniversitelerde lisans programı düzeyinde hem turizm endüstrisinin mesleki ihtiyaçlarının karşılanması hem de turizmin akademik açıdan ilk olarak ele alınması Amerika’da gerçekleşmiştir. Cornell Üniversitesi bünyesinde 1922 yılında açılan otelcilik yönetimi programında başlayan turizm eğitimi bu niteliği taşıyan ilk lisans programıdır (Hsu vd., 2017, s. 141).

Turizm endüstrisinde yer alan işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi ve rakipleri ile rekabet edebilmesi çalışan personellerinin eğitilmelerine bağlıdır (Amoah ve Baum, 1997, s. 6). Turizm işletmelerinde çalıştırılacak personelin eğitimi ise hem işin kuramsal altyapısına hem de mesleki alana yönelik uygulamaların birlikte verilmesiyle mümkündür (Soybalı ve Bayraktaroğlu, 2013, s. 187). Dünya genelinde turizmden daha fazla pay almak ve turizm faaliyetlerinde daha aktif olmak isteyen ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de turizme yönelik çeşitli teşvik politikalarıyla birlikte turizm işletmelerinin ve tesis kapasitelerinin artırılmasına önem verilmiştir (Temizkan vd., 2019, s. 439). Türkiye’de turizm eğitimi 1940’lı yıllarda ağırlıklı olarak garson ve aşçıların yetiştirilmesi amacıyla çeşitli mesleki kurs programlarının faaliyet göstermesiyle (Ayaz ve Akbaba, 2017, s. 67) başlamış; 1950’li yıllarda çeşitli meslek ve teknik liselerinin müfredatlarında turizm kursları ile (Solmaz ve Ulama, 2014, s. 101) devam etmiş; 1960’lı yıllarda ise turizm eğitimi üniversite düzeyinde vermeye başlanmıştır (Uygun vd., 2019, s. 503). Ancak 1980’li yıllardan itibaren Türkiye’de turizme verilen önem ve yatırım teşviklerindeki artışla beraber turizm endüstrisinin büyüme göstermesiyle nitelikli turizm eğitimi almış personelin istihdam edilme ihtiyacı doğmuştur (Aksu ve Bucak, 2012, s. 8). Türkiye’de turizm endüstrisinin hızla büyümesiyle birlikte ortaya çıkan nitelikli personelin yetiştirilmesi için üniversitelerde lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okul sayısında da artış başlamıştır (Türkeri, 2014, s. 2). Lisans düzeyinde turizm eğitiminin üniversiteler bünyesinde verilmesinin nedeni; turizm endüstrisinde mesleki bilgi ve yeteneğe sahip (Akoğlan Kozak, 2009, s. 2), iyi bir yabancı dili olan (Pauze, 1993, s. 61), orta ve üst düzeyde yönetici veya yönetici adayı olabilecek kişilerin yetiştirilmesidir (Okumuş ve Yağcı, 2005, s. 104). Turizm eğitimi veren üniversitelerin lisans programlarının sayısında 1992 yılından itibaren yıllar içerisinde sürekli bir artış gözlemlenmiştir (Gürbüz ve Dağdeviren, 2007, s. 159; Baltacı vd., 2012, s. 18). Lisans düzeyinde turizm eğitimi 1992 yılında 6 üniversitede verilmekte (Temizkan vd., 2019, s. 440) iken bu durum 2002’de 21 (Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017a, s. 73), 2012’de 46 (Avcıkurt vd., 2012, s. 111), 2018 yılında 82 üniversiteye (Temizkan vd., 2019, s. 438)

yükselmiştir. Lisans düzeyinde turizm eğitimi kurumlarının sayısındaki artış turizm eğitime verilen önemin bir göstergesi niteliği taşımaktadır.

2. Turizm Etiği ve Eğitimi

Antik Yunan filozofları tarafından itibaren günümüze kadar insanların davranışlarını ve davranışlarının sonuçlarının yol açabileceği sorunların önlenmesi amacıyla belirli prensipler geliştirilmeye çalışılmıştır (Brickley vd., 2002, s. 1821; Çevik ve Sarıipek, 2020, s. 3889). İnsanların davranışlarının zaman içerisindeki değişimleriyle birlikte gelişen ve şekillenen bu prensiplerin bütününe etik denilmektedir. Kavramsal olarak Yunanca, iyi bir şeyin yapılmasını sağlayan davranışlar anlamına gelen “ethos” kelimesinden türetilen etik (Lovelock ve Lovelock, 2013, s. 20) insan davranışlarının iyi-kötü, doğru-yanlış şeklinde ayırt edilmesiyle birlikte ahlaki sorumluluk ve zorunluluklarının sınırlarının belirlenmesiyle ilgilenen bir disiplindir (Enghagen, 1990, s. 468). Araştırmacılar tarafından etik kavramına ilişkin birçok farklı tanımlamalar geliştirilmesine rağmen, etiğin yapısı ve kapsamı üzerine tam bir fikir birliğine varılamamıştır (Lee ve Tsang, 2013, s. 232). Pincoffs (1986, s. 144) tarafından etik sadece bireyin doğasında yer alan karakteristik bir özellik olarak ele alınmasına karşı Muncy ve Vitell (1992, s. 298) etiği sadece birey açısından değil; aynı zamanda bireylerden oluşan grupların da davranışlarını yönlendiren ahlaki ilkeler olarak değerlendirmektedir. Literatürde yer alan bu farklı fikirlerden hareketle iyi/doğru olan ile kötü/yanlış olanı hem birey hem de grupların davranışları açısından ayırım gözetmeksizin bir bütün şeklinde değer standartlarının oluşturulmasına etik denilmektedir (Hatcher, 2004, s. 357; Ayaz ve Akbaba, 2017, s. 66).

Turizm endüstrisi farklı sektörlerle olan ilişkilerinin yanı sıra faaliyet gösterdiği toplumun ve çevrenin şartlarına uygun faaliyet göstermesi nedeni ile birçok etik problemle doğrudan karşılaşmaktadır (Koçoğlu ve Avcı, 2018, s. 542). Turizm endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren işletmelerin farklı etnik kimliğe ve milliyete sahip turistlerin değer yargılarını göz ardı ederek aynı hizmeti sunması ya da turistlerin sosyo-kültürel özellikleri nedeniyle ayrımcılıkta bulunulması karşılaşılan etik problemlere örnek olarak gösterilebilmektedir (Lee ve Tsang, 2013, s. 230). Bu nedenden dolayı etik açısından turizm faaliyetleri tartışmalı bir konumda olması nedeniyle (Cohen, 2018, s. 366) turizmde etik hususlar önemli bir yer tutmaktadır (Frechtling, 2017, s. 1054). Turizmin insan etkileşimleri üzerine kurulu emek yoğun bir endüstri olması nedeniyle çalışan personelin turistlere yönelik faaliyetlerinde ortaya çıkan problemler karşısında sıklıkla etik karar verme zorluğu ve etik ikilemlerle karşılaşma olasılığı oldukça fazladır (Teng ve Chen, 2020). Turizm işletmelerinin yöneticileri tarafından 1990’ların başlarına kadar çok fazla üzerinde durulmayan (Payne ve Dimanche, 1996, s. 998) turizm etiği, turistlere yönelik sunulan misafirperverlik ve hizmet ilişkilerinin önemini giderek artış kazandığı 1990’lı yılların ilk yarısında ortaya çıkmıştır (Fennell, 2006, s. 8). Turizm çalışanlarının etik durumları karşısında nasıl davranacaklarının belirlenmesi adına küresel ölçüde bir uygulama metnine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyaçtan hareketle, Dünya Turizm Örgütü tarafından hem turizm etiğine yönelik sorunların ele alınıp tartışılması hem de bu sorunlar karşısından nasıl adımlar atılması gerektiğine yönelik bir turizm etiği kılavuzu oluşturulmaya çalışılmıştır (Lovelock ve Lovelock, 2013, s. 8). Dünya Turizm Örgütü tarafından 1997 yılında İstanbul’da gerçekleşen genel kurul toplantısında turizmdeki etik sorunlar tartışılmış, yapılan görüşmeler sonucunda ‘Küresel Turizm Etik Kodları’nın oluşturulmasına yönelik genel bir çağrıda bulunulmuştur (Koçoğlu ve Avcı, 2018, s. 543). Yapılan çağrının ardından turizm endüstrisi paydaşlarından konuyla ilgili aldığı geri dönüşlerden hareketle Dünya Turizm Örgütü komisyonu etik ilke kodlarını hazırlamaya başlamıştır. Komisyon tarafından hazırlanan Küresel Turizm Etik Kodları 1999 yılında Şili’nin Santiago şehrinde düzenlenen Dünya Turizm Örgütü toplantısında oylamaya sunulup üye devletler tarafından onaylanarak kabul edilmiştir (Aslan ve Kozak, 2006, s. 51). Kabul edilen etik kodlar, Amerika Birleşik Devletleri’nin New York şehrinde 2001 yılında toplanan Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi tarafından Birleşmiş Milletler genel kurulunun gündemine taşınarak kabul edilmesiyle birlikte resmi olarak tanınmıştır (Fennell ve Malloy, 2007, s. 135). Ancak kabul edilen bu Küresel Turizm Etik

Kodları turizm işletmelerinin yöneticileri tarafından tam olarak uygulanmadığı tespit edilmiştir (Teng vd., 2018, s. 435). Bunun nedeni olarak işletme yöneticilerinin turizmdeki etik sorunlar karşısında doğru etik uygulamalarda bulunmalarında zorluklar yaşamasıdır (Myung, 2018, s. 26). İşletme yöneticilerinin etik olmayan durumlarla daha iyi başa çıkabilmeleri adına farklı etik öğretilere ihtiyaç duyulmaktadır (Deale vd., 2018, s. 205). Etik durumların ve uygulamaların başta işletme yöneticileri olmak üzere tüm turizm çalışanlarına aktarılmasında turizm etiğinin eğitiminin verilmesi önem arz etmektedir (Yeh vd., 2005, s. 27).

Turizm endüstrisinin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan etik sorunlar karşısında etik eğitime yer verilmesinin önemi giderek artış göstermektedir (Teng ve Cheng, 2020). Kavramsal olarak turizmde etik eğitimi, etik kural ve ilkelerin öğretilmesi süreciyle birlikte turizm endüstrisindeki çalışanların bu ilkelerden hareketle faaliyetlerinde doğru eylemi gerçekleştirebilmelerine yönlendiren eğitimlerdir (Jamal, 2004, s. 531). Turizmde çalışanların cinsel taciz, dolandırıcılık, hırsızlık, işletme sırlarını ifşa etme, turistlerin mahremiyetine dikkat etmeme gibi birçok etik olmayan olaylara karışma ihtimaline rağmen (Deale vd., 2018, s. 205), turizmde etik eğitime gerektiği ölçüde önem gösterilmemektedir (Pelit ve Arslantürk, 2011, s. 168). Turizm İşletmelerinde çalışanlar tarafından etik olmayan davranışlar sergilenmesi işletmeler nezdinde çok hassas bir konu olması nedeniyle bu davranışların önüne geçilmesi adına turizm eğitiminde etik dersinin yer verilmesi önem arz etmektedir (Polat vd., 2016, s. 530). Turizm çalışanlarına gerekli etik eğitimlerin verilmesiyle birlikte etik sorunlar karşısında doğru kararlar vererek uygun davranışlar sergileyebileceklerdir (İyitoğlu, 2015, s. 85). Turizmde etik eğitimi, geleceğin işletme çalışanları ve yöneticileri konumunda olan turizm öğrencilerinin etik konulara yönelik algılarında farkındalık kazandırılmasında son derece önemlidir (Theoharis, 2007, s. 251). Turizm öğrencilerinin almış oldukları mesleki bilgilerin yanı sıra etik değerlere sahip olmaları sunacakları hizmeti de etkileyecek bir unsurdur (Aydın vd., 2016, s. 21). Öğrencilerin turizmdeki etik sorunların farkındalıklarının sağlanması (Vallen ve Casado, 2000, s. 44), etik dışı davranışlarla başa çıkabilmek için gerekli bilgilere sahip olmaları turizm etiği eğitimlerine bağlıdır (Goh ve Kong, 2016, s. 443). Bu nedenden dolayı etik kavramı ile turizm eğitimi birbiriyle bağlantılı konular (Akova ve Çalık, 2008, s. 2) olması nedeniyle eğitimciler tarafından turizm okullarının müfredatlarında yer alması gerektiği sıklıkla savunulmuştur (Yeh vd., 2005, s. 27). Ancak bu duruma karşı turizm eğitimi veren fakültelerin müfredatlarında etik derslerine yeterli düzeyde önem göstermedikleri anlaşılmaktadır (Aydın vd., 2016, s. 27). Turizm eğitimi veren fakültelerin müfredatında turizm etiği ile ilgili derslere gerekli önemin gösterilmesi (Polat vd., 2016, s. 530), yasal ve etik konuların öğretilmesi öğrencilerin kariyerleri için önem arz etmektedir (Jaszay, 2002, s. 57). Öğrencilerin etik konusunda bilinçlendirilerek meslek yaşantılarındaki etik dışı olaylara hazırlanabilmeleri adına turizm programlarında turizm etiği derslerinin ilgili müfredat içerisinde zorunlu ders olarak verilmesi gereklidir (Çevik ve Sarıipek, 2020, s. 3905).

Turizm öğrencilerinin etik yargılarını ve algılarını geliştiren turizm etiği dersine yönelik talep, turizm faaliyetlerinin yaygınlaşmaya başladığı 90'lı yıllardan itibaren artış göstermektedir (Hudson ve Miller, 2005, s. 386). Ancak bu artışa rağmen turizm eğitimi veren kurumlarda turizm etiği derslerinde kullanılan materyaller (Lee ve Tsang, 2013, s. 233) ile birlikte derslerin içeriklerinin öğrencilere tam olarak aktarılamaması (Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017b, s. 808) nedeniyle verilen turizm etiği eğitimleri yetersiz kalmaktadır (Hacıoğlu vd., 2014, s. 1401). Turizm programları içerisindeki etik derslerinin içerikleri ve uygulamaları yeniden gözden geçirilerek, verilen etik eğitimi daha kaliteli hale getirilebilir. Gözden geçirilecek etik derslerin içerikleri öğrencilerden alınan görüşler doğrultusunda daha ilgi uyandıracak biçimde düzenlenmesi gereklidir (Yeung ve Pine, 2003, s. 31). Etik derslerinin felsefi açıdan turizmle ele alınmasından (Enghagen, 1990, s. 468) ziyade daha güncel örnekler ile uygulamaya dönük turizm eğitiminde yer verilerek (Teng ve Cheng, 2020) turizm öğrencilerinin mesleki etik dışı durumlara karşı bilinçlendirerek yetiştirilmelidir (Ayaz ve Akbaba, 2017, s. 75). Turizm eğitimi programları içerisinde özellikle lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilere verilecek etik dersi üzerinde odaklanması gereklidir (Enghagen, 1990). Turizmde endüstrisinde çalışacak

personelin eleştirel düşünceye sahip olması nedeniyle işverenler tarafından genellikle işletmelerinde lisans düzeyi eğitim seviyesine sahip olan personelin istihdam edilmesine öncelik verilmektedir (Deale vd., 2018, s. 205). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerinin turizm etiği dersini almadıklarında meslek yaşantılarında etik olmayan davranışları benimsemeye daha yatkın oldukları Lee ve Tsang (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada vurgulanmıştır. Etik eğitiminin müfredatta yer almaması, öğrencilerin işyerlerinde etik ve etik olmayan davranışlar konusundaki farkındalığını zayıf kalmasına sebebiyet verebilmektedir. Ancak turizm eğitimi etik dersine odaklanan müfredatta sahip olan okullarda lisans düzeyinde etik dersi alan öğrencilerin (Enghagen, 1990) etik olmayan davranışlar konusunda ön lisans ve lisansüstü programlarındaki öğrencilere kıyasla bilinç düzeyleri daha yüksek (Teng ve Cheng, 2020), etik davranışlar sergilemeye daha yatkın olmaktadır. Lisans düzeyinde turizm eğitimi programlarında öğretilecek olan turizm etiği dersi ile kazandırılacak olan bilinç ve bilgi birikimleriyle öğrencilerin gelecekteki mesleki kariyerlerine olumlu katkılar sağlanabilir (Jaszay, 2002, s. 57-58). Bu nedenden dolayı turizm etiği dersi, turizm eğitimi veren okulların müfredatlarında önemli bir yer tutmalıdır (Deale vd., 2018, s. 205). Bu önem literatürde daha önce çeşitli araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen akademik araştırmalarda sıklıkla da vurgulanmıştır.

Enghagen (1990) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversitelerin turizm ve otelcilik programlarında verilen etik eğitimini incelemiştir. Araştırmacı tarafından yüz üniversitenin turizm ve otelcilik programlarının içerisinde sadece %3'lük bir düzeyde turizm etiği dersinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Tribe (2002), etik turizm eylemi kavramını Schön, Aristoteles ve Habermas tarafından ileri sürülen perspektifler ışığında incelemiştir. Araştırmacı tarafından yapılan incelemeler ve değerlendirmeler sonucunda turizm faaliyetlerinin doğası ve yapısında etik davranışlar sergilenebilmesi için turizm etiği uygulamalarının ilgili müfredatlar da yer verilmesini ifade etmiştir.

Yaman (2003) tarafından turizm ve konaklama etiği üzerine literatürde gerçekleştirilen araştırmalar incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda turizm işletmeleri ve turizm akademisyenleri tarafından etik sorunların endişe verici bir düzeye ulaştığı, turizm ve otelcilik öğrencilerinin eğitimlerinde etik konuların üzerinde acilen durularak müfredata eklenmesi gerektiği önerilmiştir.

Yeung ve Pine (2003) tarafından, turizm işletmelerinde sıklıkla görülen etik sorunların nedeninin tespit edilebilmesi amacıyla 520 konaklama öğrencisine yönelik gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında etik sorunların önüne geçilebilmesine yönelik turizm eğitim programlarında verilen müfredatlarının içerisinde gerekli ders konularının eklenmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Polat Üzümcü ve Bayraktar (2004), üniversitelerin turizm işletmeciliği alanında verilen mesleki dersler meslek etiği açısından incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda turizm eğitimcilerinin mevcut etik ilkelere yeterli düzeyde bağlı kalamadıklarını, öğrencilere verdikleri eğitimlerinin içeriklerinin yetersizlikler barındırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Shani vd. (2013), üniversitelerin açıcılık programlarında okuyan öğrencilerin gıda etiğine ilişkin kaygılarının araştırıldığı çalışmalarında öğrencilerin gıda etiğine yönelik algılarının geliştirilmesi amacıyla okul müfredatlarında etik derslerinin eklenmesiyle geleceğin mutfak profesyonellerinin yetiştirilmesinde olumlu sosyal etkilerinin olacağı ifade edilmiştir.

Goh ve Kong (2016) tarafından, turizm alanında eğitim gören lisans düzeyi öğrencilerinin içinde tam zamanlı çalışanların otel işletmelerinde hırsızlık davranışlarının altında yatan motivasyonları incelenmiştir. Gerçekleştirilen kişisel görüşmeler sonucunda otel çalışanlarının hırsızlığa karışmalarındaki en önemli motivasyonun adrenalini arayışı olduğu

tespit edilip, bu tarz etik sorunların otellerde engellenmesi adına lisans düzeyindeki turizm eğitimleri içerisinde etik derslerinin verilmesi sonucu üzerinde durulmuştur.

Köseoğlu vd. (2016) tarafından, turizmde iş etiği üzerine SSCI dergilerde yayınlanan 362 makale incelenmiştir. İncelemeler sonucunda, iş etiğinin turizmdeki çalışmalar içerisinde giderek önem kazandığını ve turizm eğitim müfredatında önemli bir konu olduğu tespit edilmiştir.

3. Yöntem

Bu araştırmada; Türkiye’de turizm alanında lisans düzeyinde eğitim veren fakülte ve yüksekokullarının öğretim planlarında yer verdikleri dersler incelenerek, etik ile ilişkili derslerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçtan hareketle doküman analizi tekniği ile ikincil veri kaynaklarına ulaşılmıştır. Elde edilen bulguların değerlendirilip yorumlanmasında ise içerik analizi tekniğinden yararlanılarak, turizm eğitimi kapsamında etik dersinin yerinin ve öneminin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Doküman analiz tekniği; basılı ve elektronik olarak yayınlanan belgelerin incelenmesi ya da değerlendirilmesi için kullanılan sistematik bir prosedür olarak tanımlanmaktadır (Corbin ve Strauss, 2008). Bu belgelerde analiz edilen veriler; anlam çıkartmak ve anlayış kazanmak gibi çeşitli amaçlarla yorumlanmaktadır (Rapley, 2007; Bowen, 2009). İçerik analizi ise yazılı ya da sözlü verilerin; sistematik, niceliksel, nesnel ve teorik olarak incelenebilmesi amacıyla kullanılan teknik olarak ifade edilmektedir (Krippendorf, 1980; Cole, 1988; Sandelowski, 1995; Elo ve Kyngas, 2008). Başka bir tanıma göre içerik analizi; bir metin, reklam, kampanya, görüntüler, sosyal medya ve blog gibi içeriklere ilişkin bilgilerin sistematik olarak analiz edilmesi ve araştırmacıların çıkarımlarda bulunabilmesine olanak sağlayan bir tekniktir (Neuendorf ve Kumar, 2016).

Bu doğrultudan hareketle, Türkiye’de turizm eğitimi veren lisans düzeyindeki; fakülte ve yüksekokullarının öğretim planlarına ulaşılmış, etik ile ilişkili konuların işlendiği zorunlu ve seçmeli dersler belirlenmiş, ardından bu dersler belirli nitelikler açısından incelenmiştir. Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren fakülte ve yüksekokulları tespit etmek amacıyla, ÖSYM’nin 2020 yılında resmi internet sayfasında yayınladığı yükseköğretim programları ve kontenjanları kılavuzundan faydalanılmıştır. Ulaşılan programların ders planlarında bulunan bilgilerin tespit edilmesi amacıyla, turizm eğitimi veren lisans düzeyindeki üniversitelerin kurumsal sitelerinde yer alan; konaklama işletmeciliği, gastronomi ve mutfak sanatları, turizm rehberliği, turizm ve otel işletmeciliği, yiyecek içecek işletmeciliği, rekreasyon yönetimi, seyahat acenteciliği ve turizm işletmeciliği bölümlerine ait ders programları değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışma kapsamında, vakıf ve devlet üniversitelerinde 9 farklı turizm bölümlerinden en az birini içerisinde barındıran toplam 97 üniversiteye ulaşılmıştır. Ele alınan üniversiteler kapsamında 1 devlet üniversitesinin kurumsal internet sayfasının güncellenmekte olması; 3 devlet ve 2 vakıf üniversitesinin de ders programlarına erişim sağlanamaması nedeniyle araştırmaya toplamda 91 üniversite dahil edilmiştir. Gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda cevaplanması hedeflenen araştırma soruları ise;

- Turizm alanında lisans eğitimi veren kurumların ders programlarında etik ile ilişkili derslerin mevcudiyetleri nedir?
- Ders programında etik ile ilişkili derslerin var olması durumunda hangi turizm bölümünde yer aldığı?
- Ders programında etik ile ilişkili derslerin var olması durumunda hangi başlıklar altında toplandığı?
- Ders programında etik ile ilişkili derslerin var olması durumunda, bu derslerin bölümler arasında anlamlı bir farklılığa sahip olup olmadığı? sorularına cevap aranmıştır.

4. Bulgular

Lisans düzeyinde turizm eğitim veren üniversiteler ve bölümlerine ait bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren üniversitelerin etik dersine ilişkin incelenmesi

Devlet / Vakıf	Üniversite Adı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Konaklama İşletmeciliği	Rekreasyon Yönetimi	Seyahat İşletmeciliği	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	Turizm İşletmeciliği	Turizm Rehberliği	Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği	Yiyecek İçecek İşletmeciliği
Devlet	Adıyaman Üniversitesi						✓	x		
Devlet	Afyon Kocatepe Üniversitesi	✓					✓	x		
Devlet	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi	x								
Devlet	Akdeniz Üniversitesi	x		✓			✓	x		
Devlet	Aksaray Üniversitesi								✓	
Devlet	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi	x					✓			
Vakıf	Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi	✓					✓			
Vakıf	Altınbaş Üniversitesi	x								
Devlet	Anadolu Üniversitesi	✓					✓	x		
Devlet	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	x		x	x		x			
Vakıf	Ankara Medipol Üniversitesi	x								
Vakıf	Antalya Akev Üniversitesi	x								
Vakıf	Antalya Bilim Üniversitesi	x					✓			
Devlet	Atatürk Üniversitesi	x		x			x			
Vakıf	Atılım Üniversitesi						✓			
Vakıf	Avrasya Üniversitesi	x								
Devlet	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi				✓		✓	✓		x
Vakıf	Bahçeşehir Üniversitesi	x								
Devlet	Balıkesir Üniversitesi	x		x			x	x		
Vakıf	Başkent Üniversitesi	✓					✓			
Devlet	Batman Üniversitesi								✓	
Vakıf	Beykent Üniversitesi	x					x			
Vakıf	Beykoz Üniversitesi	x								
Devlet	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi						✓			
Devlet	Bitlis Eren Üniversitesi						x			
Devlet	Boğaziçi Üniversitesi						✓			
Devlet	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	x					✓	✓		
Devlet	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	✓			x		x	x		
Vakıf	Doğuş Üniversitesi	x								
Devlet	Dokuz Eylül Üniversitesi	x					✓			
Devlet	Düzce Üniversitesi	✓					✓			
Devlet	Ege Üniversitesi				x		x	x		
Devlet	Erciyes Üniversitesi						✓	✓		
Devlet	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	x								
Devlet	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	✓					✓			
Devlet	Gaziantep Üniversitesi	✓								
Devlet	Giresun Üniversitesi	✓		✓						
Devlet	Gümüşhane Üniversitesi	✓					✓	✓		

x: Ders Programlarında Etik ile İlişkili Ders Bulunmayanlar ✓: Ders Programlarında Etik ile İlişkili Ders Bulunanlar

Tablo 1 (Devam). Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren üniversitelerin etik dersine ilişkin incelenmesi

Devlet / Vakıf	Üniversite Adı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Konaklama İşletmeciliği	Rekreasyon Yönetimi	Seyahat İşletmeciliği	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	Turizm İşletmeciliği	Turizm Rehberliği	Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği	Yiyecek İçecek İşletmeciliği
Devlet	Harran Üniversitesi			✓				x		
Devlet	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	✓								
Devlet	Iğdır Üniversitesi	x								
Vakıf	İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi									x
Devlet	İskenderun Teknik Üniversitesi	✓			✓	✓	✓	✓	✓	
Vakıf	İstanbul Aydın Üniversitesi	x								
Vakıf	İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	✓								
Vakıf	İstanbul Bilgi Üniversitesi	x					x			
Vakıf	İstanbul Galata Üniversitesi	x								
Vakıf	İstanbul Gedik Üniversitesi	x								
Vakıf	İstanbul Gelişim Üniversitesi	x						x		
Devlet	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	x					x			
Vakıf	İstanbul Medipol Üniversitesi	x								
Vakıf	İstanbul Okan Üniversitesi	x								
Vakıf	İstanbul Rumeli Üniversitesi	x								
Devlet	İstanbul Üniversitesi						✓			
Vakıf	İstinye Üniversitesi	x								
Vakıf	İzmir Ekonomi Üniversitesi	✓								
Devlet	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi	✓					x	x		
Devlet	Kafkas Üniversitesi	x					✓			
Vakıf	Kapadokya Üniversitesi	x								
Devlet	Karabük Üniversitesi	✓					✓	✓		
Devlet	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	x		x						
Devlet	Kastamonu Üniversitesi	✓					✓	✓		
Devlet	Kırklareli Üniversitesi	x		x			✓	✓		
Devlet	Kocaeli Üniversitesi	✓	✓							
Devlet	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	x					✓			
Vakıf	Maltepe Üniversitesi	x								
Devlet	Mardin Artuklu Üniversitesi	x					x	x		
Devlet	Mersin Üniversitesi	✓					✓	✓		
Devlet	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	✓	✓							✓
Devlet	Munzur Üniversitesi	x								
Devlet	Necmettin Erbakan Üniversitesi	x		x			x	x		
Devlet	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	✓					✓	✓		
Vakıf	Niğantaşı Üniversitesi	✓						x		
Devlet	Ondokuz Mayıs Üniversitesi						✓	x		
Devlet	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	✓		x						
Vakıf	Özyeğin Üniversitesi	x								
Devlet	Pamukkale Üniversitesi	x					x	x		
Devlet	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	x					✓			

x: Ders Programlarında Etik ile İlişkili Ders Bulunmayanlar ✓: Ders Programlarında Etik ile İlişkili Ders Bulunanlar

Tablo 1 (Devam). Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren üniversitelerin etik dersine ilişkin incelenmesi

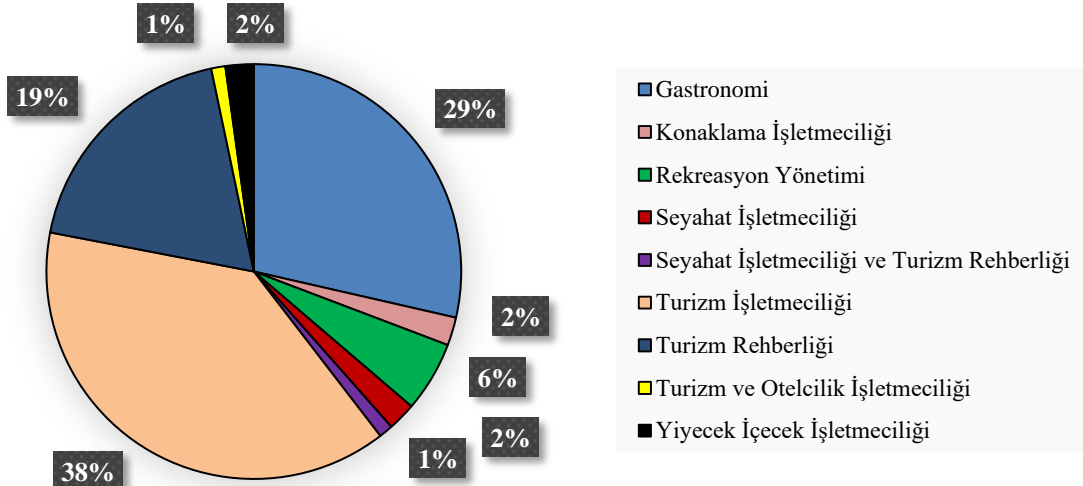
Devlet / Vakıf	Üniversite Adı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Konaklama İşletmeciliği	Rekreasyon Yönetimi	Seyahat İşletmeciliği	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	Turizm İşletmeciliği	Turizm Rehberliği	Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği	Yiyecek İçecek İşletmeciliği
Devlet	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	x					✓	✓		
Devlet	Selçuk Üniversitesi	x				x	✓	✓		
Devlet	Siirt Üniversitesi			✓						
Devlet	Sinop Üniversitesi	x	x	x				✓		✓
Devlet	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	✓	x				x			
Devlet	Süleyman Demirel Üniversitesi						✓			
Devlet	Şırnak Üniversitesi	✓					✓			
Devlet	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	x					x	x		
Devlet	Trakya Üniversitesi						✓			
Devlet	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi		x	✓				✓		
Vakıf	Yaşar Üniversitesi	✓						✓		
Vakıf	Yeditepe Üniversitesi	x					x			
Devlet	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi						✓	x		

x: Ders Programlarında Etik ile İlişkili Ders Bulunmayanlar ✓: Ders Programlarında Etik ile İlişkili Ders Bulunanlar

Bu çalışmanın konusu kapsamında; 72 gastronomi, 5 konaklama işletmeciliği, 13 rekreasyon yönetimi, 5 seyahat işletmeciliği, 2 seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, 51 turizm işletmeciliği, 34 turizm rehberliği, 2 turizm ve otelcilik işletmeciliği ve 3 yiyecek içecek işletmeciliği bölümlerinden oluşmak üzere toplamda 91 devlet ve vakıf üniversitesinin bölümlerine ilişkin ders programları incelenmiştir. Bu üniversitelerden Ankara Hacı Bayram Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde eğitim verilen tüm bölümlerin ders programlarında etik ile ilişkili derslerin bulunmadığı tespit edilmiştir. İskenderun Teknik Üniversitesi'nde ise; gastronomi ve mutfak sanatları, seyahat işletmeciliği, seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, turizm rehberliği, turizm ve otel işletmeciliği, turizm işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümlerinde etik ile ilişkili derslerin mevcudiyeti dikkat çekmektedir.

Araştırma kapsamında etik dersinin yer aldığı bölümlere göre dağılımları Şekil 1'de yer almaktadır.

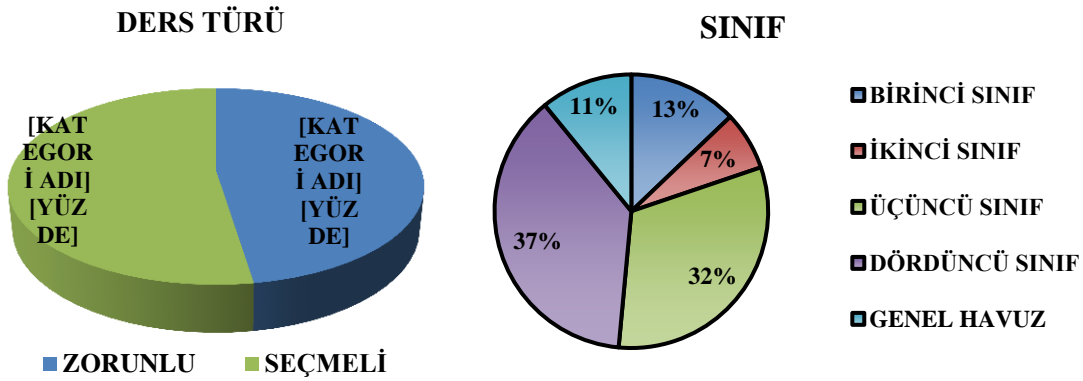
Şekil 1. Etik ile ilişkili derslerin turizm bölümlerine göre dağılımı



İncelenen ders programlarında etik ile ilişkili ders sayısının en çok %38 oranıyla turizm işletmeciliği bölümünde bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sıralamayı %29 gastronomi, %19 ile de turizm rehberliği bölümleri takip etmektedir. Bölümlerin ders programları içerisinde etik ile ilişkili derslerin; %1'i seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, %1'i turizm ve otelcilik işletmeciliği, %2'si konaklama işletmeciliği, %2'si seyahat işletmeciliği ve %2'si yiyecek içecek işletmeciliği bölümlerinde bulunmaktadır. Bu oranların diğer bölümlere nazaran oldukça düşük olduğu görülmektedir. Fakat bölümlere ilişkin üniversite sayılarının az olması ve bu nedenle az sayıda ders programının incelendiği göz önünde bulundurulmalıdır. Söz edilen bölümlerde incelenen ders programları sayısı ve etik ile ilişkili derslerin mevcudiyeti kıyaslandığında aslında düşük bir orana sahip olmadıkları dikkat çekmiştir.

İncelenen bölümlerde yer alan etik dersinin zorunlu/ seçmeli ve okutulduğu sınıfa ilişkin dağılımları Şekil 2'de sunulmuştur.

Şekil 2. Etik ile ilişkili derslerin türü ve programa dahil olduğu sınıf



Çalışma kapsamında incelenen derslerin %48'sinin zorunlu, %52'sinin ise seçmeli ders olarak okutulduğu tespit edilmiştir. Bu derslerin sırasıyla; %37'sinin dördüncü, %32'sinin üçüncü, %13'ünün birinci, %11'inin genel havuz ve %7'sinin ikinci sınıfta ders programlarında yer aldığı görülmektedir.

Ders programlarında etik ile ilişkili toplam 101 ders tespit edilmiş olup, ders isimlerine göre dağılımları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Etik ile ilişkili tespit edilen dersler

Ders Adı	Ders Sayısı	Yüzde
İş Etiği/İş Hayatında Etik	9	8,91
Turizm İşletmelerinde Etik	5	4,95
Turizmde Etik/Turizm ve Etik	29	28,71
Turizmde Etik ve Yasa	1	0,99
Turist Rehberliği ve Mesleki Etik	6	5,94
Etik	7	6,93
Sosyal Sorumluluk ve Etik	11	10,89
Gıda Etiği ve Tüketici Seçimi	1	0,99
Mesleki Etik	12	11,88
Turizm Hukuku ve Etiği	1	0,99
Meslek Ahlakı	1	0,99
Gıda Etiği ve Sürdürülebilirliği	1	0,99
Turizmde İş Ahlakı/İş Ahlakı/Turizm Ahlakı	9	8,91
İş ve Değerler Eğitimi	2	1,98
Yiyecek İçecek İşletmelerinde Etik	2	1,98
Toplumsal Bilinç ve Etik Değerler	1	0,99
Etik ve İnsani Değerler	1	0,99
Etik Kültürü	2	1,98
Toplam	101	100,00

Ders programlarında yer alan etik ile ilişkili derslerin; %28,71'i "turizmde etik/turizm ve etik", %11,88'i "mesleki etik" ve %10,89'u sosyal sorumluluk ve etik" dersleri oldukları dikkat çekmektedir. Ayrıca ilişkili ders programlarının; %1,98'i gıda etiği, %1,98'i yiyecek içecek işletmelerinde etik ve %5,94'ü turist rehberliği ve meslek etiği derslerini içermektedir. Bu derslerin eğitim görülen bölümlerin verdikleri eğitim müfredatlarına göre etik konularına değinildiği görülmektedir. Son olarak ise ele alınan programlarda etik ile ilişkili derslerin; turizm hukuku, yasa ve insani değerler konularıyla birlikte de verildiğine rastlanmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Turizm eğitimi ve etik kavramı arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Turizm endüstrisinin çeşitli alanlarında istihdam edilmek üzere yetiştirilen öğrencilerin; etik konusunda sergiledikleri tutum, etik kurallara uyup uymadıkları, iş hayatlarına başladıklarında ortaya çıkan olası bir etik dışı olay karşısında bu olayı nasıl algıladıkları ve ortaya çıkan sorunların çözümlerinde aldıkları etik ile ilişkili eğitimlerin etkisi büyüktür. Bu nedenle çalışmada lisans düzeyinde Türkiye'de turizm eğitimi veren üniversitelerin ders programlarında etik ile ilişkili derslere yönelik durumun saptanmasında doküman analizinden yararlanılırken; ikincil verilerden faydalanılarak elde edilen bulguların yorumlanmasında ise içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında, Türkiye'de bulunan 91 devlet ve vakıf üniversitenin lisans düzeyinde yer alan turizm bölümleri; gastronomi ve mutfak sanatları, turizm rehberliği, yiyecek içecek işletmeciliği, turizm işletmeciliği, seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, seyahat işletmeciliği, rekreasyon yönetimi, turizm ve otel işletmeciliği, konaklama işletmeciliği bölümleri değerlendirmeye tabii tutulmuştur.

Çalışmanın bulgularına göre etik ile ilişkili derslerin bölümlerdeki dağılımları incelendiğinde: gastronomi ve mutfak sanatları, turizm işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümlerinde etik ile ilişkili derslerin belirgin oranlarda var olduğuna ulaşılmıştır. Ancak, seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, turizm ve otelcilik işletmeciliği, yiyecek ve içecek işletmeciliği, konaklama işletmeciliği ve seyahat işletmeciliği bölümlerinde ise düşük oranlarda olduğu tespit edilmiştir. Fakat düşük oranlara ilişkin bölümlerin üniversite sayılarının az olması ve bu nedenle az sayıda ders programının incelendiği göz önünde bulundurulmalıdır. Söz edilen bölümlerde incelenen ders programları sayısı ve etik ile ilişkili derslerin mevcudiyeti kıyaslandığında aslında düşük bir orana sahip olmadıkları dikkat çekmiştir.

Alanyazında turizm eğitimi müfredatlarında etik ile ilişkili derslerin önemini ele alan pek çok araştırma bulunmaktadır (Lundberg, 1994; March ve Schmidgall, 1999; Jaszay, 2002; Aslan ve Kozak, 2006; Shani vd., 2013; Deale vd., 2018; Koçoğlu ve Avcı, 2018). Turizm eğitimi süresince konuya ilişkin derslerin eğitiminin alınmaması iş hayatında etik olmayan davranışları kabul etme ve gerçekleştirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu savunulmaktadır (Lee ve Tsang, 2013; Özdemir ve Özer, 2018; Çevik ve Sarıipek, 2020). Bu nedenle bu eğitim süresi boyunca etik ile ilişkili derslerin programlara daha yoğun bir şekilde yer verilmesi gerekliliği önemle vurgulanmaktadır (Ross, 2004; Hudson ve Miller, 2005; Yeh, 2012; Polat vd., 2016).

Turizm eğitiminde etik ile ilişkili derslerin önemini ele alan pek çok çalışma bulunmasına rağmen; bu derslerin eğitim planına dahil edilmediğini inceleyen bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu nedenle ele alınan bu çalışmanın turizm eğitiminde etik ile ilişkili derslerin tespit ediliyor olmasının gelecekte gerçekleştirilecek olan etik ile turizm eğitimine ilişkin çalışmalara da temel oluşturacağı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında turizm fakültelerinde 101 tane etik ile ilişkili ders tespit edilmiştir. Bu derslerin ağırlıklı olarak; turizmde etik/turizm ve etik, mesleki etik ve sosyal sorumluluk ve etik başlıkları altında toplandığı görülmektedir. Yeung ve Pine (2003) çalışmalarında etik ile ilişkili derslerin belirlenmesinde öğrencilerin ilgi alanlarına dikkat edilmesini gerektiğini vurgulamaktadır.

Ele alınan çalışma kapsamında ise 2020-2021 eğitim öğretim planları incelendiğinde; gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde "Çanakale Onsekiz Mart Üniversitesi (Gıda Etiği

ve Sürdürülebilirliği) ve Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi'nde (Gıda Etiği ve Tüketicinin Seçimi)", yiyecek ve içecek işletmeciliği bölümünde "İstanbul Ayvansaray Üniversitesi (Yiyecek İçecek İşletmelerinde Etik) ve Sinop Üniversitesi'nde (Yiyecek İçecek İşletmelerinde Etik)" derslerine yer verilmiştir. Turizm rehberliği bölümünde ise "Gümüşhane Üniversitesi (Turizm Rehberliği ve Mesleki Etik), Karabük Üniversitesi (Turizm Rehberliği ve Meslek Etiği), Mersin Üniversitesi (Turist Rehberliği ve Meslek Etiği), Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi (Rehberlik ve Meslek Etiği), Yaşar Üniversitesi (Turizm Rehberliği ve Meslek Etiği) ve Aksaray Üniversitesi'nde (Turist Rehberliği ve Meslek Etiği)" öğrencilerin eğitim aldıkları bölümler dikkate alınarak eğitim verildiği görülmektedir. Her kurumun kendi bünyesinde yer alan turizm bölümlerinde etik eğitimi vermesi, öğrencilerin edindikleri bilgileri meslek hayatlarında uygulayabilmelerine olanak sağlamaktadır.

Turizm fakültelerinde eğitim gören öğrencilerin etik konusunda bilinçlenmesi iş hayatlarında karşılaşacakları etik dışı durumlarda olayları çözümlenmeleri konusunda önemlidir. Bu nedenle turizm eğitimi verilen fakültelerde etik ile ilişkili derslerin zorunlu ders olarak planlarına alınması gerekmektedir (Çevik ve Sarıpek, 2020). Fakat ele alınan çalışma kapsamında tespit edilen 101 etik ile ilişkili derslerin çoğunlukla seçmeli ders olarak yer aldığı gözlemlenmektedir. Ayrıca bu derslerin programlarda en çoktan aza doğru; dördüncü, üçüncü, birinci, genel havuz ve ikinci sınıflarda yer aldığı tespit edilmiştir. Etik ile ilişkili derslerin büyük bir çoğunluğunun dördüncü ve üçüncü sınıflarda görülmesi iş hayatına hazırlık açısından önemli olabilir. Hazırlanan çalışma kapsamında elde edilen bulgu ve sonuçlardan faydalanılarak oluşturulan öneriler şöyle ifade edilebilir:

- Turizm eğitimi veren üniversite kurumlarının ders programlarında etik ile ilişkili derslerin sayısı artırılabilir.
- Turizm eğitimi alan öğrencilerin etik ile ilgili bilgilenmeleri adına çeşitli kurs, seminer, projelere katılımlarının sağlanmaları desteklenebilir.
- Turizm eğitimi veren üniversite kurumlarının ders programlarında etik ile ilişkili derslerin türü konusunda daha çok zorunlu ders kapsamında yer verilebilir.
- Turizm eğitimi veren üniversite kurumlarının programlarında etik ile ilişkili derslere daha çok dördüncü sınıfta yer verilebilir.
- Turizm eğitimi veren üniversitelerin lisansüstü programlarına ilişkin etik ile ilgili derslerin mevcudiyetlerinin tespit edilmesi adına bir araştırma yürütülebilir.
- Turizm öğrencilerinin sektör hayatlarına geçiş yaptıklarında karşılaşabilecekleri etik dışı sorunlarla mücadele edebilmesi adına, kurumlarda bölümlerle ilişkili (gastronomi, turizm rehberliği ve işletme gibi) etik ile ilgili dersler revize edilebilir.
- Turizm etiği ders müfredatının standartlaştırılması ve bütün üniversitelerde kurum ve öğrenci inisiyatifi olmaksızın uygulanması gerektiği önerilebilir.
- Bu çalışmada etik ile ilişkili derslerin mevcudiyeti tespit edilmiş olup, gelecek araştırmalarda etik derslerinin müfredatlarının detaylı incelendiği bir araştırma gerçekleştirilebilir.
- Turizm eğitimi kapsamında etik eğitimi alan öğrencilerin, etik konusunda fikir ve tutumlarının değerlendirildiği bir araştırma gerçekleştirilebilir.

Bundan sonra yapılacak çalışmalar için ise Türkiye'de turizm eğitimi veren üniversite kurumlarının lisansüstü eğitim programlarında yer alan etik ile ilişkili dersler lisansüstü programlarda da incelenebilir. Türkiye'de turizm eğitimi veren üniversite kurumlarının programlarında tespit edilen etik ile ilişkili dersler, yurtdışında verilen lisans programları ile karşılaştırıldığı bir çalışma gerçekleştirilebilir. Türkiye'de turizm eğitimi veren üniversite kurumlarının programlarında tespit edilen etik ile ilişkili derslerin içeriklerine ulaşılarak derinlemesine bir inceleme yapılabilir.

Türkiye'de turizm eğitimi veren lisans düzeyindeki devlet ve vakıf üniversitelerinin ders programlarında etik ile ilişkili derslerin incelenerek, turizm eğitiminde etiğin yeri ve

öneminin belirlenip değerlendirilmesi amaçlandığı bu çalışma 2020-2021 yılı kapsamında yer alan üniversite ve bu üniversitelerin ders programları ile sınırlandırılmıştır. Bu durum çalışmanın bir sınırlılığı olarak dikkate alınmalıdır. Ayrıca çalışma kapsamında tespit edilen derslere ilişkin ders içeriklerine ulaşılamadığı için değerlendirilmeye tabi tutulamamıştır. Çalışma sonuçlarının değerlendirilmesinde bu hususlar göz önünde bulundurulmalıdır.

Kaynakça

- Airey, D. (2015). Victor Middleton: Bridging Theory and Practice in Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 27(4), 1-7.
- Akoğlan Kozak, M. (2009). Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 1-20.
- Akoğlan Kozak, M. ve Güçlü Nergiz, H. (2012). *Turizmde Etik: Kavramlar, İlkeler, Standartlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akova, O. ve Çalık, İ. (2008). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Etik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 1-13.
- Aksu, M. ve Bucak, T. (2012). Mesleki Turizm Eğitimi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 7-18.
- Akyurt, H. (2019). Turizm Lisans Öğrencilerinin Kelime İlişkilendirme Testi Yöntemi ile Turizm Eğitimi Algılamalarının Ölçülmesi: Giresun Üniversitesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 759-774.
- Amoah, V.A. ve Baum, T. (1997). Tourism Education: Policy Versus Practice. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(1), 5-12.
- Aslan, A. ve Kozak, M. (2006). Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(1), 49-61.
- Atay, L. ve Yıldırım, H.M. (2008). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Profili ve Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma*. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Antalya.
- Avcıkurt, C., Deveci, B. ve Türkmen, S. (2012). *Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (BTİÖYO) Mezunlarının Turizm Sektöründeki İstihdam Profili*. Turizm Eğitimi Konferansı Tebliğler Kitabı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Ayaz, N. ve Akbaba, A. (2017). A Multidimensional Analysis of Tourism Students' Ethics Awareness, Intention and Orientation. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1(2), 65-78.
- Aydın, E., Şimşek, A. ve Çilesiz, E. (2016). Potansiyel İş Gücü Olarak Turizm Öğrencilerinin Etik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesine Yönelik Bir Uygulama. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5(2), 20-42.
- Baltacı, F., Üngüren, E., Avsallı, H. ve Demirel, O.N. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-25.
- Bayer, E. (1998). Türkiye Meslek Yüksekokulları Turizm Eğitimi Kalitesinin Geliştirilmesinde Sanal Yöntemlerin Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3(3), 145-156.
- Bowen, G.A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.

- Brickley, J.A., Smith, C.W. ve Zimmerman, J.L. (2002). Business Ethics and Organizational Architecture. *Journal of Banking & Finance*, 26(9), 1821-1835.
- Cohen, E. (2018). The Philosophical, Ethical and Theological Groundings of Tourism- An Exploratory Inquiry. *Journal of Ecotourism*, 17(4), 359-382.
- Cole, F.L. (1988). Content Analysis: Process and Application. *Clinical Nurse Specialist* 2(1), 53-57.
- Corbin, J. ve Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. California: Sage Publications Inc.
- Çevik, S. ve Sarıipek, S. (2020). Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü Önlisans Öğrencilerinin Turizm İşletmelerindeki Etik Problemlere Yönelik Algılamaları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3887-3908.
- Çimen, H. ve Akbaba, A. (2006). Otel Yöneticilerinin Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış İşgörenleri ile İlgili Değerlendirmeleri: Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 228-251.
- Dağdeviren, A. (2007). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açısından Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Davras, G.M. ve Bulgan, G. (2012). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İngilizce Hazırlık Eğitimine Yönelik Tutumları: Isparta MYO Turizm ve Otel İşletmeciliği Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 227-238.
- Deale, C.S., Schoffstall, D.G. ve Lee, S.H.J. (2018). Perceptions of Ethical Issues in Hospitality and Tourism Research. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 30(4), 203-214.
- Elo, S. ve Kyngas, H. (2008). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal of Advance Nursing*, 62(1), 107-115.
- Enghagen, L.K. (1990). Teaching Ethics in Hospitality & Tourism Education. *Hospitality Research Journal*, 14(2), 467-474.
- Erdoğan, A. ve Yıldırım, Y. (2014). Türkiye'de Lisans Düzeyinde verilen Turizm Eğitimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Geleceğe Yönelik Öneriler ve Bir Ders Programı Önerisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 3(2), 16-26.
- Fennell, D.A. (2006). *Tourism Ethics*. Clevedon: Channel View Publications.
- Fennell, D.A. ve Malloy, D.C. (2007). *Codes of Ethics in Tourism Practice, Theory, Synthesis*. Clevedon: Channel View Publications.
- Frechtling, D.C. (2017). On the Ethics of Tourism Research. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1054-1067.
- Goh, E. ve Kong, S. (2016). Theft in the Hotel Workplace: Exploring Frontline Employees' Perceptions Towards Hotel Employee Theft. *Tourism and Hospitality Research*, 18(4), 442-455.
- Gürbüz, A.K. ve Dağdeviren, A. (2007). Lisans Düzeyinde turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açısından İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 157-167.
- Hacıoğlu, N., Ünal, A., Kan, N. ve Saatci, G. (2014). *Meslek Yüksekokullarında Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitime Bakış Açuları ve Turizm Eğitiminden Beklentileri*. 15. Ulusal Turizm Kongresi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Hatcher, T. (2004). Environmental Ethics as an Alternative for Evaluation Theory in For-Profit Business Contexts. *Evaluation and Program Planning*, 27(3), 357-363.
- Holloway, J.C. ve Humphreys, C. (2016). *The Business of Tourism*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Hsu, C.H.C., Xiao, H. ve Chen, N. (2017). Hospitality and Tourism Education Research from 2005 to 2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 141-160.
- Hudson, S. ve Miller G. (2005). Ethical Orientation and Awareness of Tourism Students. *Journal of Business Ethics*, 62(4), 383-396.
- Hultsman, J. (1995). Just Tourism: An Ethical Framework. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 553-567.
- İyitoğlu, V. (2015). İş Etiği Kurallarının Uygulanmasının Örgütsel ve Mesleki Bağlılığa Etkisi: Ön Lisans Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(1), 82-98.
- Jamal, T.B. (2004). Virtue Ethics and Sustainable Tourism Pedagogy: Phronesis, Principles and Practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(6), 530-545.
- Jaszay, C. (2002). Teaching Ethics in Hospitality Programs. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 14(3), 57-63.
- Knani, M. (2014). Ethics in Hospitality Industry: Review and Research Agenda. *International Journal of Business and Management*, 9(3), 1-8.
- Koçoğlu, C.M. ve Avcı, M. (2018). Turizmde Küresel Etik Kodların Uygulanma Düzeyleri: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1): 539-553.
- Köseoğlu, M.A., Sehitoglu, Y., Ross, G. ve Parnell, J. (2016). The Evolution of Business Ethics Research in the Realm of Tourism and Hospitality: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1598-1621.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Newbury Park: Sage Publications.
- Lee, L.Y.S. ve Tsang, N.F.K. (2013). Perceptions of Tourism and Hotel Management Students on Ethics in the Workplace. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 13(3), 228-250.
- Lovelock, B. ve Lovelock, K.M. (2013). *The Ethics of Tourism Critical and Applied Perspectives*. Oxfordshire: Routledge Publishing.
- Lundberg, C.C. (1994). Topic Paper: The Views of Future Hospitality Leaders on Business Ethics. *Hospitality & Tourism Educator*, 6(2), 11-13.
- Malihah, E. ve Diyah Setiyorini, H.P. (2014). *Tourism Education and Edu-Tourism Development: Sustainable Tourism Development Perspective in Education*. The 1st International Seminar on Tourism (ISOT), Indonesia University, Bandung.
- March, L. ve Schmidgall, R.J. (1999). Teaching Legal and Ethic Issues: Where Does Tip Reporting Fit?. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 11(2-3), 60-63.
- Martin, L.J. (1998). Integrating Ethics into the Hospitality Curriculum. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 10(2), 22-25.
- Mazilu, M. ve Sitnikov, C. (2010). Responsibilites in Management of Tourist Destinations. *Management & Marketing-Craiova*, 8(2), 211-220.

- Mısırlı, İ. (2002). Turizm Sektöründe Meslek Standartları ve Mesleki Belgelendirme Sistemi (Sertifikasyon). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 39-55.
- Muncy, J.A. ve Vitell, S.J. (1992). Consumer Ethics: An Investigation of the Ethical Beliefs of the Final Consumer. *Journal of Business Research*, 24(4), 297-311.
- Myung, E. (2018). Progress in Hospitality Ethics Research: A Review and Implications for Future Research. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 19(1), 26-51.
- Neuendorf, K.A. ve Kumar, A. (2016). *Content Analysis*. The International Encyclopedia of Political Communication, 1-10.
- Okumuş, F. ve Yağcı, Ö. (2005). Tourism Higher Education in Turkey. *Journal of Teaching in Travel & Travel*, 5(1-2), 89-116.
- Özdemir F. ve Özer G. (2018). *Turizmde Global Etik İlkelerin Uygulanma Düzeyleri: İskenderun Teknik Üniversitesi Örneği*. I. Uluslararası Mersin Sempozyumu, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Pauze, E.F. (1993). Time for a New Mission in Hospitality Education. *Hospitality & Tourism Educator*, 5(3), 61-62.
- Payne, D. ve Dimanche, F. (1996). Towards a Code of Conduct for the Tourism Industry: An Ethics Model. *Journal of Business Ethics*, 15(9), 997-1007.
- Pelit, E. ve Arslantürk, Y. (2011). Turizm İşletmelerinin İş Etiğine Yönelik Uygulamalarının Çalışma Yeri Tercihindeki Önemi: Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 163-184.
- Pincoffs, E.L. (1986). *Quandaries and Virtues: Against Reductivism in Ethics*. Lawrence: University of Kansas Press.
- Polat Üzümcü, T. ve Alyakut, Ö. (2017a). Eğitimciler, Sektör Temsilcileri ve Öğrenciler, Perspektifinden Mesleki Turizm Eğitimine Yönelik Yapılan Çalışmaların Değerlendirilmesi. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 67-84.
- Polat Üzümcü, T. ve Alyakut, Ö. (2017b). Turizm Eğitimcileri Perspektifinden Turizm Eğitimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 807-823.
- Polat Üzümcü, T. ve Bayraktar, S. (2004). *Türkiye’de Turizm Otel İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yükseköğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etiksel Açısından İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması*. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Polat, E. ve Şahin, B. (2016). Turizm Yazınında Etik: Problemlerin Tespiti ve Özüm Önerileri Üzerine Pilot Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 55, 604-629.
- Polat, E., Çalışkan, S. ve Met, Ö.L. (2016). Çalışma Yeri Tercihinde İşletmelerin İş Etiği Uygulamalarının Önem Derecesi: Ortaöğretim Düzeyinde Turizm Etiğini Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(36-1 İİBF 10. Yıl Özel Sayısı), 525-543.
- Rapley, T. (2007). *Doing Conversation, Discourse and Document Analysis*. London: Sage.
- Ross, G.F. (2004). Ethical Ideals and Expectations Regarding Visitor, Staff and Management Among Potential Tourism Industry Employees. *Tourism Analysis*, 8(1), 211-215.
- Sandelowski, M. (1995). Qualitative Analysis: What it is and how to Begin?. *Research in Nursing & Health*, 18(1), 371-375.

- Shani, A., Belhassen, Y., ve Soskolne, D. (2013). Teaching Professional Ethics in Culinary Studies. *Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(3), 447-464.
- Solmaz, S.A. ve Ulama, Ş. (2014). *Türkiye’de Turizm Eğitim-Öğretiminde Mevcut Durum Üzerine Bir Analitik Bir Değerlendirme*. 1.Uluslararası Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi, Sakarya Üniversitesi ve Nişantaşı Üniversitesi, Antalya.
- Soybalı, H.H. ve Bayraktaroğlu, E. (2013). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Uygulama Olanaklarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 185-199.
- Temizkan, S.P. ve Kılıç, Ö. (2020). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Uygulama Oteli Memnuniyet Düzeyleri: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 241-255.
- Temizkan, S.P., Ceviz, C. ve Cankul, D. (2019). Turizm Eğitimi Lisans Mezunları ve İstihdam Durumları. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(3), 437-461.
- Teng, C.C. ve Cheng, S.S. (2020). Hospitality Ethics: Perspectives from Hotel Practitioners and Intern Students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 33(2), 99-110.
- Teng, C.C., Hsu, S.M., Lai, H.S.H. ve Chen, H.S. (2018). Exploring Ethical Incidents in the Taiwanese Hotel Industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 21(4), 422-439.
- Theoharis, G. (2007). Social Justice Educational Leaders and Resistance: Toward a Theory of Social Justice Leadership. *Educational Administration Quarterly*, 43(2), 221-258.
- Tribe, J. (2002). Education for Ethical Tourism Action. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 309-324.
- Türkeri, İ. (2014). Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitiminin Özel Nitelikli Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 1-14.
- Uygun, E., Levent, S. ve Özkul, E. (2019). Lisans Düzeyinde turizm Eğitimi Veren Üniversitelerin Ders Programlarının Kırsal Turizm Açısından İncelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, Özel Sayı 3(4), 498-516.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 11-32.
- Vallen, G. ve Casado, M. (2000). Ethical Principles for the Hospitality Curriculum. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(2), 44-51.
- Walle, A.H. (1995). Business Ethics and Tourism: From Micro to Macro Perspectives. *Tourism Management*, 16(4), 263-268.
- Yaman, H.R. (2003). Skinner’s Naturalism as a Paradigm for Teaching Business Ethics: A Discussion from Tourism. *Teaching Business Ethics*, 7(2), 107-122.
- Yayla, Ö., Silik, C.E. ve Dülger, A.S. (2017). Turizm Lisans ve Önlisans Eğitiminde 2017 Yılı Sayısal Değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 47-58.
- Yeh, R. (2012). Hotel General Managers’ Perceptions of Business Ethics Education: Implications for Hospitality Educators, Professionals, and Students. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 11(1), 72-86.
- Yeh, R., Martin, L.J., Moreo, P.J., Ryan, B. ve Perry, K.M. (2005). Hospitality Educators’ Perceptions of Ethics Education and the Implications for Hospitality Educators, Practitioners, and Students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 17(2), 25-35.

Yeung, S. ve Pine, R. (2003). Designing a Hospitality Ethics Course Content from the Students' Perspective. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 3(2), 19-33.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %35
2. yazar katkı oranı : %35
3. yazar katkı oranı : %30



COVID-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisine Olumlu Etkilerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Determination of the Positive Effects of the COVID-19 Pandemic on the Tourism Industry

Doktora Öğrencisi Vildan TÜYSÜZ¹ Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK²

Öz

Bu araştırmanın temel amacı COVID-19 pandemisinin turizm endüstrisine olası olumlu etkilerini tespit etmektir. Bu amaçla çalışma kapsamında alanyazın taraması yapılarak COVID-19 pandemisinin olumlu ve olumsuz etkileri belirlenmiştir. Daha sonra nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılarak Marmara bölgesinde faaliyet gösteren 25 işletmenin yöneticisi ya da sahibiyile 6 temel sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat formu ile verilerin toplanması sağlanmıştır. Araştırma sonucunda COVID-19 pandemisinin çoğunlukla ekonomik etkilerinin olumsuz olarak değerlendirildiği, fiziksel çevre ve sosyal ilişkileri geliştirmesi bakımından olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. COVID-19 pandemisinin turizm işletmelerine yeni iş imkânı sağlamak, işletme içerisinde yenilikler yapmak, enerji tasarrufu sağlamak ve gıda israfını önlemek, işletme maliyetlerini azaltmak, tecrübe kazanmak, yeni çalışma modeli geliştirmek ve e-ticaret anlayışının gelişmesi gibi konularda olumlu etkileri olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Salgın hastalıklar, turizm endüstrisi, COVID-19

Makale Türü: Araştırma

Abstract

The main purpose of this research is to determine the potential positive effects of the COVID-19 pandemic on the tourism industry. For this purpose, the positive and negative effects of the COVID-19 pandemic were determined by scanning the literature within the scope of the study. Then, using qualitative research methods, data was collected with a semi-structured interview form consisting of 6 basic questions with the managers and owners of 25 businesses operating in the Marmara region. As a result of the research, it was concluded that the economic effects of the COVID-19 pandemic were mostly evaluated as negative, and that it had positive effects in terms of improving the physical environment and social relations. It has been determined that the COVID-19 pandemic has positive effects on tourism businesses such as providing new job opportunities, making innovations within the business, saving energy and preventing food waste, reducing operating costs, gaining experience, developing a new working model and developing e-commerce has been found.

Keywords: Epidemics, tourism industry, COVID-19

Paper Type: Research

Giriş

Bilindiği gibi 2019 yılında ortaya çıkan COVID-19 pandemisi diğer lokal salgınların aksine tüm dünyayı etkisi altına almıştır. COVID-19 pandemisi 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla COVID-19 Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel salgın olarak ilan edilmiştir (Durgun Kaygısız, 2021, s. 80). Ülkelerin ekonomik ve sosyal yapısını etkileyen bu pandemi turizm endüstrisi bileşenleri üzerinde de büyük etkiler oluşturmuştur (Kıvılcım, 2020, s. 17).

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, vildansarica.75@gmail.com

²Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, msarişik@subu.edu.tr

Atf için (to cite): Tüysüz, V. ve Sarışık, M. (2024). COVID-19 pandemisinin turizm endüstrisine olumlu etkilerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 363-384.

Pandeminin ortaya çıktığı dönemlerde yapılan araştırmalar incelendiğinde birçok uzman görüşün COVID-19 salgın dönemi ve sonrasında yaşanan gelişmeler konusunda köklü bir değişimin olacağından ve “yeni bir çağ” ya da “yeni bir dünya” kurulacağından söz ettiği görülmektedir (Budak ve Korkmaz, 2020, s. 75; Özkoçak vd., 2020, s. 1193; Akyol, 2020, s. 113).

Sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen çalışmalarda kriz olarak nitelendirilen deprem, yangın, sel vb. doğal afetler, savaş ve terör faaliyetleri, salgın hastalıklar gibi konular genellikle ülkeleri ve küresel alanda toplumları olumsuz olarak etkileyen olaylar olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda ilgili alanyazında gerçekleştirilen farklı çalışmalarda da genellikle olumsuz etkilerin üzerinde durulmuştur (Göçen vd., 2011, s. 494; Akar, 2013, s. 186; Çakmak vd., 2018, s. 89; Yavuz ve Dikmen, 2015, s. 305; Popp, 2006, s. 61; Rosselló, vd., 2020; Minielly vd., 2020, s. 960). Ancak ilgili yazın incelendiğinde yaşanan bu olumsuz olayların ekonomi, sosyal ve fiziki çevreye birtakım olumlu etkileri olduğu da dikkat çekmektedir (Peterson ve Belenchia, 2014, s. 49; Aslan ve Damar, 2020, s. 38; Aktürk ve Albeni, 2002, s. 8-9; Görgülü Arı ve Hayır Kanat, 2020, s. 477; Muştı vd., 2020, s. 163; Nar, 2020, s. 376; İslam ve Rume, 2020; Zambrano-Monserrate vd., 2020; Çam, 2020, s. 75; Sharifi ve Khavarian-Garmsir, 2020, s. 3; Yurtsever, 2020, s. 1611; Karadeniz vd., 2020, s. 3123; Akyol, 2020, s. 119; Sürme, 2020, s. 40-44; Özaltın Türker ve Ertürk, 2020, s. 95; Aydın ve Doğan, 2020, s. 110; Kıvılcım, 2020, s. 24; Chiranjib, 2020, s. 2; Briciu vd. 2020, s. 25; Menegaki, 2020; Jribi vd. 2020, s. 17; Daysal ve Demirbaş, 2020, s. 259; Dündar vd., 2020, s. 3790). Bunlardan birisi de salgın hastalıklardır. Bu çalışmada pandemi olarak kabul edilen COVID-19’un turizm işletmelerine yönelik olumlu etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilgili alanyazın taranarak COVID-19 pandemisinin fiziksel, sosyal ve ekonomik etkileri incelenmiştir. Çalışma turizm işletmelerine gelecekte bu tür krizlerin yaşanması durumunda alabilecekleri önlemleri sunma ve konuya ilişkin farklı bir bakış açısı ortaya koyma açısından önemlidir. Aynı zamanda araştırmacılara salgın hastalıkların veya yaşanabilecek diğer krizlerin turizm endüstrisine etkileri konusunda farklı bir açıdan bakmaları da sağlanabilecektir.

1. Salgın Hastalıklar

TDK’da epidemi, salgın hastalık anlamına gelmektedir (TDK, 2022). Fakat bu salgın hastalık dünya çapında ya da bir kıtayı etkileyecek düzeyde ise “pandemi” olarak adlandırılmaktadır. Bu terim Yunanca kökenli olan “pan” (hepsi, herkes) ve “demos” (halk) sözlerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur (Maital ve Barzani, 2020, s. 2; Benli, 2021, s. 7; Parıldar, 2020, s. 19-26). Salgın hastalıklar, topluluk halinde yaşayan insanların yerleşik düzene geçmesiyle ortaya çıkmıştır. Salgın hastalıklar tarihi incelendiğinde köklerinin çok eskiye dayandığı görülmektedir. Geçmiş avcı ve toplayıcı döneme kadar uzanan salgın hastalıklar, insanların av hayvanlarının etlerini yemesi sonucu ortaya çıkan parazitlerin bulaşmasıyla ilk defa kendini göstermiştir. Fakat bu dönemde insanların hastalığı başka birine bulaştırma olasılığı oldukça düşüktür. Bunun nedeni olarak insanların sürekli göç halinde yaşamaları ve nüfuslarının kalabalık olmamaları gösterilmektedir. Bu durum insanın sosyal varlık olmasıyla da ilişkilendirilebilir (Özdere Sözer, 2021, s. 7).

Bulaşıcı özelliği olan salgın, bir kıtadan başka bir kıtaya veya bir ülkeden başka bir ülkeye yayılabilmektedir. Tarihsel açıdan incelendiğinde salgınların genellikle ticaret aracılığıyla dünya geneline yayıldığı dikkat çekmektedir (Öner, 2021, s. 3). Bölgesel çatışmalar, gelir dağılımındaki eşitsizlik, yaşam tarzındaki değişiklikler de salgın hastalıkların yayılmasına zemin hazırlamıştır (Ünlü ve Çiçek, 2021, s. 102). M.Ö. 14. yy.’da ortaya çıkan ve kayıtlara geçen ilk salgın hastalık olan veba 20 yıl kadar sürmüştür. Hitit uygarlığı döneminde yazılan kitabelerden veba salgını verilerine ulaşılmıştır (Yolun, 2012, s. 23). Virüsler kendi kendine yaşayan canlılar olmamalarından dolayı yaşamlarını sürdürebilmek için başka bir canlıya ihtiyaç duymakta ve etkileri yeryüzünden kolayca silinmediği için 1000 yıla kadar yaşamlarını sürdürebilmektedir (Göktürk, 2021, s. 5). Birçok salgın hastalık insanlık tarihi boyunca ortaya çıkmıştır. Bu hastalıkları M. Ö. ve M. S. olarak ikiye ayırmak mümkündür. Milattan önce

olduğu söylenen salgın hastalıklar hakkındaki bilgilere bazı yazılı metinler ve sözlü anlatımlardan ulaşılmaktadır (Aksun, 2021, s. 9). Günümüzde ise göçmenler ve mülteciler dâhil nüfus hareketleri, kontrolsüz ve rastgele şehirleşme, arazilerin kullanım şekillerindeki değişiklikler, iklimsel ve çevreyle ilgili değişiklikler hastalıkların yayılmasına ön ayak olmaktadır (Ünlü ve Çiçek: 2021, s. 102). Tablo 1’de en önemli salgınlar ve ortaya çıkardığı kayıplar kronoloji sırasına göre sunulmuştur.

Tablo 1. M.Ö ve M.S. İnsanlık tarihinde kayda geçmiş önemli salgınlar ve kayıplar

Tarih	Hastalık adı	Tahmini hayatını kaybeden kişi sayısı
M.Ö. 1381-1380	Hitit Medeniyeti-II. Mürşili Dönemi	Bilinmiyor
M.Ö. 430	Büyük Atina salgını	75.000-100.000
M.S. 165-180	Antonion Vebası	5 milyon civarı
M.S. 541-542	Justinian vebası	30-50 milyon civarı
M.S. 735-737	Çiçek hastalığı (Japonya)	1 milyon
M.S. 1348-1351	Avrupa’da “Kara Ölüm” adı verilen veba salgını	200 milyon civarı
1520 ve sonrası	Çiçek hastalığı	56 milyon
1800’lerin sonları	Sarıhumma (ABD)	100.000-150.000
1817-1923	Kolera pandemisi (6 kere)	1 milyondan fazla
1889-1890	Rus gribi (H2N2)	1 milyon
1918-1920	İspanyol gribi-100 milyon civarı	40-50 milyon (100 milyona kadar olduğunu söyleyen kaynaklar vardır.)
1957-1958	Asya Gribi	1,1 milyon
1968-1970	Hong Kong gribi	1 milyon
1981’den günümüze	HIV/AIDS	25-35 milyon
2009-2010	Domuz gribi	200.000
2002-2003	SARS	770
2014-2016	Ebola	11.000
2015’ten günümüze	MERS	850
2019 ve sonrası	COVID-19	7 Eylül 2022 itibariyle toplam ölüm sayısı: 6.482.338 (WHO, 2022)

Kaynak: Aksun, 2021, s. 9-10; Parıldar, 2020, s. 19-26; Lapan, 2020; Armağan vd., 2020; Karakuş, 2018; Aslan, 2020; Akurgal, 2005, s. 85; Alfani & Murphy, 2017, s. 316-317.

2. COVID-19’un Olumsuz Etkileri

Salgın hastalıkların ilk aşamada etkilerinin tahmin edilememesi insanlarda panik ve korku yaratmaktadır. Buna bağlı olarak insanlar salgından kaçınma ve korunma davranışını sergilemektedir. Risk altında olmak ise güven ve umut duygusuna önemli zararlar vermektedir. Kaygı ve korku gibi duyguların toplumda yayılmaya başladığı anda insanlar bu duyguları bastırma eylemlerine yönelmektedir (Pietrabissa ve Simpson, 2020; Bao vd., 2020). COVID-19’un ortaya çıktığı dönemde de tüm dünyaya yayılan korku ve panik ile ırkçı söylemler, marketlere yönelme halleri, komplo teorilerinin artması ve sağlık siteminde skandalların yaşanması medya aracılığıyla sürekli haber konusu olmuştur (Karataş, 2020, s. 6-7).

Yerel yönetimler ve ülkeler COVID-19’un yayılmasını engellemek amacıyla seyahat yasakları, okulları kapatma ve sokağa çıkmama gibi tedbirler almak zorunda kalmıştır. Okulların kapanması sebebiyle milyonlarca öğrenci okula gidememiştir. Okula gidememe durumu ilerleyen zamanlarda öğrencilerin eşit eğitim almaları konusunda ciddi sıkıntılara yol açmıştır. Aynı zamanda okulların kapanması öğrencilere, ebeveynlere, bakıcılara, öğretmenlere ve hükümete büyük zorluklar yaşatmıştır (Can, 2020, s. 13). Ayrıca alınan bu tedbirler sonucunda dünya üzerinde milyonlarca işyeri faaliyetlerini sınırlamış ya da kapanmak

durumunda kalmıştır. Bu durum milyonlarca insanın işsiz kalmasına sebep olmuştur. OECD üyesi ülkelerin işsizlik oranı incelendiğinde, Mayıs 2020 tarihinde işsizlik oranının %8,5 (son 10 yılın en yüksek oranı) olduğu ve işsiz sayısının 54,5 milyona ulaştığı görülmektedir. Fakat 2019'un genelinde işsizlik oranı %5,4 Şubat 2020'de ise %5,2 olarak gerçekleşmiştir (OCED, 2021).

Salgının ortaya çıktığı ilk dönemde, virüsün çıkış yeri olan Çin'den başka ülkelere seyahatler devam etmiştir. COVID-19'un pandemiye dönüşmesiyle birlikte birçok ülke sınırlarını kapatma kararı almıştır. Bu durum ülkeler arası seyahat etme özgürlüğünü kısıtlamıştır (Üstün ve Özçiftçi, 2020, s. 146; McKibbin ve Fernando, 2019; Singhal, 2020; Mo vd., 2020; Kumar vd., 2020). Uluslararası turizm hareketliliği, düşük tüketici güveni, seyahat kısıtlamaları ve COVID-19'un küresel etkisi nedeniyle 2020 yılının ilk 10 ayında %72 oranında düşüş göstermiştir. COVID-19 tarihteki en kötü turizm verilerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2020 yılının son turizm verileri incelendiğinde, destinasyonların, 2019 yılının aynı dönemine göre Ocak-Ekim ayları arasında 900 milyondan daha az yabancı turist ağırladığı görülmektedir. Bu durum, turizm gelirlerinde 935 milyar ABD doları tutarında bir kayıp demektir (Urfa vd., 2021, s. 24).

3. COVID-19'un Olumlu Etkileri

Salgın hastalıkların genel açıdan çok önemli olumsuz etkileri olduğu aşikârdır. Bu olumsuz etkiler; eğitim, ekonomi, tarım ve politika başta olmak üzere birçok alanda kendini göstermektedir. Küresel bağlamda incelendiğinde salgın hastalıklar sonrasında işsizliğin arttığı, ticaretin yavaşladığı, işletmelerin kapandığı ya da hizmet vermeyi durdurduğu bilinmektedir. Bu olumsuz etkiler COVID-19'un ortaya çıkmasıyla da kendini dünya genelinde göstermiştir (Nar, 2020, s. 367). Fakat yapılan bazı çalışmalarda COVID-19'un olumlu etkilerinin de olduğu görülmektedir.

Görgülü Arı ve Hayır Kanat (2020, s. 477), COVID-19'un ortaya çıkmasıyla kişilerin temizlik ve hijyen konusuna önem verdiğini, insanlarda salgın hastalıklara karşı korunma hassasiyetinin oluştuğunu, çevreye karşı olumlu tutumların arttığını, marketlerde ürün satın alınırken daha dikkatli davranıldığını ve öksürme, hapşırma gibi durumlarda insanların peçete kullanma alışkanlığı kazandığını ifade etmişlerdir.

Yavuz, (2020) COVID-19'un toplumsal bir farkındalık yarattığını ve bu salgın sayesinde tarım sektörünün stratejik önemini arttığını vurgulamıştır. Aynı zamanda bu toplumsal farkındalıktan yararlanarak ülke yöneticilerinin kırsal yaşam koşullarını iyileştirecek önlemler alması, kırsal bölgelerdeki iş imkânını artırması, başta gençler olmak üzere kırsal alanla ve tarımla bağı olan bireylerin, kırsala ve tarıma dönmesini sağlayacak ve özendirilecek tedbirler almasına imkân tanıyacağını vurgulamıştır.

Muştu vd., (2020, s. 163), COVID-19 sürecinin gıda israfını nasıl etkilediğini belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada, tüketicilerin gıda israfı konusunda hassaslaştıklarını, mümkün olduğunca gıda israfından kaçınarak yiyecekleri bozulmadıkça çöpe atmadıklarını ve bozulduğu için atılan yiyeceklerin ise yarım kilodan az olduğunu saptamıştır.

Bir virüs salgını ile doğa kendini yenileme ve tekrar üretme çabasına girmektedir. Salgının insan hayatına girmesiyle kişiler ve toplumlar arasında mecburi mesafeler oluşmuştur. Devletler salgın döneminde hareketliliği önlemek adına sosyal yaşamı kısıtlamakta, ticaret ve üretim mekanizmalarını durdurabilmektedir. Bunun sonucunda ise işletme ve fabrikaların denize, tatlı su kaynaklarına ve toprağa karıştırdıkları atıklar ve kirletici gazlar önemli ölçüde azalmaktadır. Bu sayede doğa yeniden canlanmaktadır. Yapılan ölçümler tatlı su kaynaklarının az da olsa kendini yenilediğini, havayı kirleten gazların oranının düştüğü göstermektedir. Bu bağlamda küresel ısınma kaynaklı çevresel sorunların giderilmesinde COVID-19'un olumlu etkisi olduğunu söylemek mümkündür (Islam ve Rume, 2020; Nar, 2020, s. 376; Zambrano-Monserrate vd., 2020; Sharifi ve Khavarian-Garmsir, 2020, s. 3; Çam, 2020, s. 75; Karadeniz

vd. 2020, s. 3123; Yurtsever, 2020, s. 1611). COVID-19 pandemisini kontrol edebilmek adına Çin'in uyguladığı karantina ve katı seyahat kısıtlamaları hava kirliliği konusunda önemli değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Ekonomik faaliyetleri yavaşlayan ve sanayi bölgesi olarak bilinen Wuhan ve Şanghay şehirlerinde NO₂ (Azot Dioksit) miktarının azaldığı görülmüştür. Hava kirliliğindeki bu düşüşün erken ölümlerin azalmasını sağlayacağı, bu sebeple Çin'de korona virüs sebebiyle yaşamını yitirenlerin 20 katı kadar kişinin erken ölümünün engellendiği öne sürülmüştür (EURONEWS, 2021).

COVID-19 pandemisi sebebiyle insanların evde kalma zorunluluğu özel araç ve toplu taşıma kullanımında azalmalara zemin hazırlamıştır. Aynı zamanda fabrikalarının üretim hızının azalması ve birçok iş yerinin kapalı olmasıyla fosil yakıt oranında ciddi oranda düşüş yaşanmıştır. Hava kalitesinin iyileşmeye başladığı görülmüştür (CMO, 2021). Tablo 2'de COVID-19'un çevre üzerinde yarattığı olumlu etkiler yer almaktadır.

Tablo 2. COVID-19'un çevre üzerindeki olumlu etkileri

Hava kalitesinin artması
Gürültü kirliliğinin azalması
Ev tipi gıda atığı miktarının azalması
Enerji tüketiminin azalması
Sera gazı salınımlarının azalması
Yaban hayvanları ticaretinde azalma
Orman tahribatlarının azalması
Yüzey suyu kalitesinin artması
Kaynak: TÜBİTAK, 2021.

COVID-19'un olumlu etkilerini bireysel fayda, toplumsal fayda ve küresel fayda olmak üzere üç kategoriye ayırmak mümkündür. Kişilerin aile ve arkadaşlarıyla dayanışmalarının artması, beslenme alışkanlıklarının değişmesi, yaptığı harcamalarının azalması bireysel fayda, tarımsal üretimin önemli hale gelmesi ve ülkelerin salgın sebebiyle sosyal dayanışma kültürüne sahip olması toplumsal fayda, çevre kirliliğinin azalması ve sosyal devlet anlayışının öneminin tekrar gündeme gelmesi küresel fayda olarak kabul edilmektedir (Aslan ve Damar 2020, s. 42).

4. COVID-19'un Turizm İşletmeleri Üzerindeki Olumlu Etkileri

Turizm karmaşık bir sisteme sahiptir. Bu durum farklı katmanlarda iç içe bulunan yerel ağların birbiriyle etkileşime geçmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda turizm, bulunduğu çevre ile bilgi, malzeme ve enerji alışverişinde bulunan açık bir sistemdir. Turizm doğası gereği birçok sistemle temas halinde olmaktadır. Yapısal olarak, bu davranış ve kombinasyon turizmi doğal afetlere, krizlere, salgın hastalıklara ve terör sorunlarına karşı duyarlı hale getirmektedir (Karadeniz vd., 2020, s. 3120). COVID-19'un turizm işletmelerine olumsuz etkisi bu duruma açık bir örnektir. Fakat olumsuz olarak algılanan bu durumlar sonucunda bazı olumlu sonuçların da ortaya çıktığı dikkat çekicidir. İlgili alanyazında da bunu destekleyen araştırmalara rastlamak mümkündür.

Akyol (2020, s. 119), turizm alanında ön lisans eğitimi alan öğrencilerin COVID-19 pandemisine karşı görüşlerini ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin konuya ilişkin olumlu bakış açısına sahip olduklarını belirlemiştir. Çalışma kapsamında öğrenciler, salgın sürecinde turizm işletmelerinin düşük doluluk oranına sahip olmasının, işletme bünyesinde gerekli olan tadilat işlemlerini yapabilmesi ve kendilerini yenileyebilmesi açısından önem arz ettiğini ve doğanın kendini yenileme imkânı bulduğunu belirtmişlerdir.

Sürme (2020, s. 40-44), COVID-19'un etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla yaptığı çalışmada ulaştırma işletmelerinin COVID-19 ile birlikte otobüs, uçak gibi taşıma araçlarında hijyen ve dezenfekte kurallarına daha fazla uyduğunu, mola yerlerinin daha temiz tutulduğunu ve hizmet tarifesi içerisinde bulunan diğer hizmet ücretlerinde 2020 yılı için %50 indirim uygulanarak turizm sektörüne neredeyse 7 milyon Türk Lirası katkı sağladığını ifade etmiştir.

Özaltın Türker ve Ertürk (2020, s. 95) COVID-19 pandemisinin turizm sektörü üzerindeki etkilerini turizm akademisyenlerinin bakış açısıyla incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında pandemi sürecinde kapanma ve kısıtlamalardan dolayı insanların evde kalmaktan sıkıldığını, tatil yapma arzusu duyduğunu ve bu nedenle daha çok seyahat edeceğini ifade etmiştir. Aynı zamanda doğa turizmi, küçük otel ve bireysel turizm gibi yatırımlarda artış olacağını vurgulamışlardır.

Aydın ve Doğan (2020, s. 110), COVID-19 sonrası turistlerin davranış ve kararlarının değişmesi ile turizm endüstrisindeki değişimi incelemiştir. Ülkelerin sağlık sistemlerinin mevcut durumu pandemi sürecinde ortaya çıkmıştır. Türkiye’deki iyileşme, ölüm, vaka oranları ve tedavi imkânlarından hareketle Türkiye sağlık sisteminin COVID-19 sürecindeki olumlu imajı sağlık turizminde olumlu gelişmeler yaşanabileceğini ortaya koymaktadır. Ayrıca sağlık turizminde yaşanabilecek bu olumlu gelişmeler Türkiye’ye gelecek yabancı turist sayısında artış sağlayacaktır.

Kıvılcım (2020, s. 24), COVID-19’un turizm endüstrisi üzerine etkilerini incelemiştir. Koronavirüsün ortaya çıkması ile konaklama ve seyahat öncesi sağlık kontrollerinin artacağı ve biyolojik pasaport sisteminin uygulanacağını ifade etmiştir. Ayrıca COVID-19 sonrası hastanelerde cihaz ve ekipman sayısının artması, yeni hastanelerin yapılması, yatak kapasitelerinin artması, yeni tedavi yöntemlerinin geliştirilmesi ve yapay zekâ çalışmalarının olması gibi gelişmeler sağlık turizminde farklı alternatifler sunacağı tahmin edilmektedir. Bu durum rekabeti arttırarak fiyatların düşmesine ve kur avantajına olanak tanıyacaktır.

Menegaki (2020), koronavirüsün uluslararası turizm endüstrisinde olumsuz etkilerinden korunmak için uygulanabilecek stratejileri incelemiştir. Araştırma kapsamında, COVID-19 döneminde turistlere riskli durumda olması halinde hiçbir ceza almadan tatil iptal etme ve ek bir ücret ödemedi yeniden tatil planlayabilme hakkı verilmesi ve iç turizmin canlanması için fiyatların yerli turistler baz alınarak belirlenmesi gerektiği konusunda öneride bulunmuştur. Aynı zamanda turist sayısındaki azalmanın, aşırı turizm sorununu en aza indireceği ve sürdürülebilir turizm yapısını oluşturabileceğini ifade etmiştir (Karadeniz vd., 2020, s. 3123). Tablo 3’te bu pandeminin turizm işletmelerine olası olumlu etkileri sunulmuştur.

Tablo 3. COVID-19’un turizm işletmelerine olumlu etkileri

Karantina sebebiyle turizm destinasyonlarında turist sayısında artış olması,
Yeni turizm destinasyonlarının ortaya çıkması ve destinasyon imajlarında değişimin olması,
Yakınlardaki doğa temelli turizm noktasına aile gezilerinde ani artış olması,
Komşu turizmi, kırsal turizm, tarım turizmi ve şehir turizminin yükselişi,
Sağlık, seyahat, alışveriş ve hijyen-sanitasyon alanlarında iyileşme,
Çevre dostu ürünlerin tanıtımı, turistlerin ve misafirlerin yemek alışkanlıklarının değişmesi,
Turizm savunuculuğu – doğa, kültür ve ekoloji hakkında daha fazla farkındalık oluşması,
Yaban hayatı ticareti / ıslak pazar üzerindeki kısıtlamalar, biyoçeşitliliğin korunması,
İç turizmde canlanma,

Kaynak: Chiranjib, 2020, s. 2; Briciu vd. 2020, s. 25.

Müşterilere sunduğu geniş hizmet yelpazesi ve kendilerine özgü yapıları ile konaklama işletmelerinde gıda israfı çok fazla yapılmaktadır (Tekin ve İlyasov, 2017, s. 15). Bir gün içerisinde konaklama işletmelerinde oluşan toplam atık miktarı yaklaşık 8.871 kg’dır. Bu atık miktarının 5.977 kg. ise gıda atıklarıdır. Bu miktar konaklama işletmelerinin toplam atığının %70’ine tekabül etmektedir (Şahin ve Bekar, 2018, s. 1048-1050). Kişi başına 5 kg olacak şekilde açık büfelerde yemek servisi yapılmaktadır (Ceyhun Sezgin ve Ateş, 2020, s. 3492). Pandemi sürecinde çalışma saatlerinin kısıtlanması ve sokağa çıkma yasaklarının olmasının tüketicilerde israf davranışını pozitif yönde değiştirdiğine ilişkin çalışmalar alanyazında yer almaya başlamıştır. Örneğin; Avustralya, Hollanda ve Güney Kore gıda israfını önleyecek tedbirler alınmıştır. Bu tedbirler kapsamında gıda artığı toplama mekanizmaları oluşturulmuş, süpermarketlerin gıdaları çöpe atmaları yasaklanmış ve gıda israfı konusunda faaliyet gösteren sivil toplum örgütleri desteklenmiştir. Alınan bu tedbirler sayesinde Güney Kore’nin başkenti

Seul'de günlük 300 ton gıdanın çöpe gitmesi engellenmiştir (Chen, 2020). Gıdaya ulaşamama endişesi, gelir kaybı ve kısıtlı hareketlerinin tüketicilerde israf konusunda farkındalık yarattığı belirtilmektedir (Daysal ve Demirbaş, 2020, s. 259; Jribi vd., 2020, s. 17). Ayrıca COVID-19'un bulaşmasını engellemek amacıyla pandemi sürecinde otellerin açık büfe restoranlarında 'tabaklara porsiyon' şeklinde hizmet sunması otellerin yiyecek israfını %40 oranında azalttığı tespit edilmiştir (www.haberler.com). Buradan yola çıkarak açık büfe restoranlarda, görevli servis personelinin müşteri tabaklarına, talep ettikleri kadar yiyecek koymasının otellerdeki yiyecek israfının önüne geçeceğini söylemek mümkündür (Dündar vd., 2020, s. 3790). Aynı zamanda COVID-19'un ortaya çıkmasıyla birlikte yeme içme alışkanlıklarında değişimler yaşanmıştır. Örneğin; COVID-19 riski sebebiyle insanlar sürekli olarak dışarıda yemek yeme alışkanlığını azaltmış ve ev yemekleri tüketimine ağırlık vermişlerdir. Bununla birlikte organik ve sağlıklı beslenme önem kazanmış, gıda güvenliği konusu ve yöresel yemeklerin yapımı daha fazla ön plana çıkmıştır (Sürme, 2020, s. 24).

5. Yöntem

5.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; COVID-19 pandemisinin turizm endüstrisine olası olumlu etkilerini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda genel hatlarıyla COVID-19'un olumlu etkileri araştırılmış ve bu etkilerin turizm işletmelerine yansımaları belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan ulusal ve uluslararası literatür taraması sonucunda turizm alanında salgın hastalıkların doğrudan olumlu etkilerine ilişkin yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle çalışma özgün olması ve alanyazındaki ilgili boşluğu doldurması bakımından önem teşkil etmektedir. Aynı zamanda araştırma, salgın hastalıklar konusunda turizm işletmelerine bir bakış açısı sağlayacaktır.

5.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Marmara Bölgesi'ndeki seyahat acenteleri, yiyecek içecek işletmeleri ve konaklama işletmelerinde yönetici veya işletme sahibi pozisyonunda bulunan kişiler oluşturmaktadır. Şehir turizminin ön planda olması ve hareketliliğin yoğun olması sebebiyle araştırmanın örnekleme Bursa, Çanakkale, Yalova, Kocaeli, İstanbul, Tekirdağ ve Balıkesir'de çalışma hayatını sürdüren yönetici/işletme sahiplerini kapsamaktadır. Araştırma kapsamında 25 kişiyle görüşülmüştür. Pandemi ve maddi kısıtlar sebebiyle görüşmelerin tümünün yüz yüze yapılması mümkün olmadığından telefon ve mail yolu ile de katılımcılarla iletişime geçilerek kartopu örnekleme tekniğine başvurulmuştur. Katılımcıların cevaplarının tekrara düşmesi nedeniyle görüşmeler 25 kişide sınırlandırılmıştır.

5.3. Araştırma Prosedürü

Araştırma kapsamında Bursa, Sakarya, Çanakkale, Yalova, Kocaeli, İstanbul, Tekirdağ ve Balıkesir'de faaliyet gösteren 25 turizm işletmesinde (konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, seyahat acenteleri) yönetici veya işletme sahibi pozisyonunda olan kişiler ile öncelikle ön görüşme yapılarak araştırmanın amacı ve konusu hakkında bilgi verilmiş daha sonra randevu alınmıştır. Araştırma verileri 04.02.2022-07.03.2022 tarihleri arasında toplanmış ve katılımcılara 6 adet soru yöneltilmiştir. Katılımcıların 13'ü mail, 9'u yüz yüze ve 3'ü telefon aracılığı ile görüşmeyi kabul etmiştir. Görüşmelerde katılımcıların soruları rahat ve objektif yanıtlayabilmeleri için anlaşılmayan soruları tekrar sormaları istenerek derinlemesine bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Yüz yüze ve telefon aracılığıyla yapılan görüşmeler değerlendirildiğinde en uzun görüşmenin 36 dakika, en kısa görüşmenin ise 6 dakika 21 saniye olduğu belirlenmiştir. Görüşmelerin ortalaması süresi ise 14 dakika 4 saniyedir. Bu oran yüz yüze ve telefon aracılığı ile görüşmeyi kabul eden katılımcıların konuşma süresi ve sayısı dikkate alınarak hesaplanmıştır. Aynı zamanda veri kaybını önlemek amacıyla sözlü iletişim kurulan katılımcıların onayı alınarak ses kaydı yapılmıştır. Ayrıca çalışma için 29.04.2022 tarihinde etik kurul izni alınmıştır.

5.4. Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik kavramı, nicel çalışmalardan farklı olarak incelenmektedir. Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik kavramları yerine inandırıcılık noktasına dikkat çekilmektedir. Bu kapsamda inanırlık (i geçerlik), güvenilebilirlik (dış geçerlik), onaylanabilirlik ve aktarılabilirlik olmak üzere dört ana ölçüt belirlenmiştir (Kurnaz ve İpar, s. 45-46). Sonuçların inandırıcılığı bilimsel araştırmanın en önemli ölçütlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Nitel çalışmaların inandırıcılığını kanıtlamak için araştırmacıların gereken önlemleri alması, araştırma sürecini, verileri açık ve ayrıntılı bir biçimde tanımlaması, yeterli büyüklükte örneklem seçimi yapması önem arz etmektedir (Başkale, 2016, s. 23). Bu kapsamda araştırmanın iç geçerliliğini (inanırlık) sağlamak amacıyla araştırmacılar mümkün olduğunca uzun süre sahada kalarak veri toplama esnasında ses kaydı yapmış ve görüşme sırasında alınan notları katılımcılara teyit ettirmiştir. Yapılan bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan olgubilim (fenomenoloji) deseninden faydalanılmıştır. Fenomenoloji farkında olunan fakat ayrıntılı ve derinlemesine bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanmaktadır. Fenomenoloji insanların bir olgu veya olayı deneyimledikten sonra ya da denerken duygularını, düşüncülerini, algılarını, davranışlarını anlamaya çalışmaktadır (Göçer, 2019, s. 29). Araştırmada ulusal ve uluslararası çalışmalar incelenerek alanyazın taraması yapılmış ve analizci üçgenlemesi yoluyla güvenilebilirlik ölçütü sağlanmaya çalışılmıştır. Analizci üçgenlemesi, iki ya da daha fazla kişinin verileri bağımsız olarak analiz etmesi ve araştırma bulgularını karşılaştırması olarak tanımlanmaktadır (Turan ve Karasu Avcı, 2018, s. 31). Araştırmacılar birbirinden bağımsız bir şekilde verileri analiz ederek araştırma güvenilirliğini sağlamaya çalışmıştır. Araştırmada onaylanabilirlik ölçütünü sağlamak için ham veriler (ses kaydı ve notlar) analiz edilmiş, bulgulardan yola çıkarak tema, kod ve kategoriler oluşturulmuş, araştırma amacı belirlenmiş ve araştırmayı gerçekleştirmek için alanyazından yararlanılarak açık uçlu araştırma soruları oluşturulmuştur. Bir çalışmanın onaylanabilirliğini göstermek için araştırma bulguları araştırmacının güdüleri, önyarguları, çıkarları ya da bakış açısının etkisinde kalmadan yalnızca katılımcıların verdiği yanıtları içermelidir (Şener vd., 2017, s. 13). Son olarak araştırma verileri ve sonuçları diğer araştırmacılara da sunularak konuya ilişkin görüşleri alınmıştır.

6. Bulgular

6.1. Katılımcılara İlişkin Bulgular

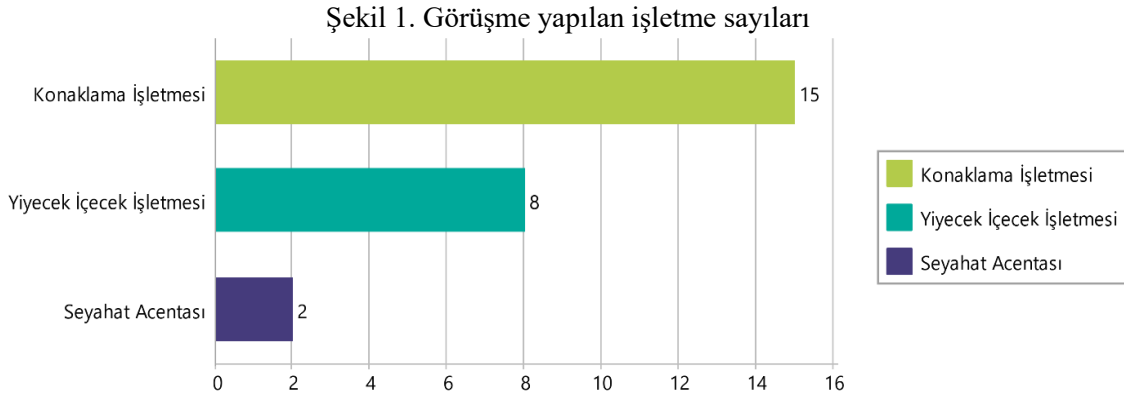
Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 4'te yer almaktadır. Katılımcıların %72'si erkek, %64'ü evli, %52'si lisans eğitim düzeyine sahip ve %33'ü ise 31-40 yaş aralığındadır. Katılımcıların %63'ü turizm işletmeciliği alanında ihtisasını tamamlamıştır. Katılımcıların %44'ü Sakarya'da ikâmet ederken, %28'i İstanbul'da, %8'i Balıkesir'de, %4'ü ise Bursa, Çanakkale, Yalova, Kocaeli ve Tekirdağ illerinde ikâmet etmektedir. Görüşmelerin %52'si mail ortamında, %36'sı yüz yüze, %12'si ise telefon aracılığı ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular

Demografik Özellik		f
Cinsiyet	Kadın	18
	Erkek	7
Medeni Hal	Evli	16
	Bekâr	9
Yaş	20 ve altı	-
	21-30	8
	31-40	10
	41-50	5
	51 ve üzeri	2
Eğitim Durumu	İlköğretim	-
	Lise	3
	Ön Lisans	3
	Lisans	13
	Lisansüstü	6

6.2. İşletmelere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve seyahat acenteleri ile görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan konaklama işletmelerinin sayısı 15'tir. Konaklama işletmelerin %33'ü uluslararası zincir otel, 8 adet yiyecek içecek işletmesinin %25'i ulusal zincir işletme, seyahat acentelerinin ise %100'ü ulusal zincir işletme olma özelliğine sahiptir. Şekil 1'de görüşme yapılan işletmelerin dağılımı ve sayısı verilmiştir.



6.3. Katılımcılara Sorulan Sorulardan Elde Edilen Bulgular

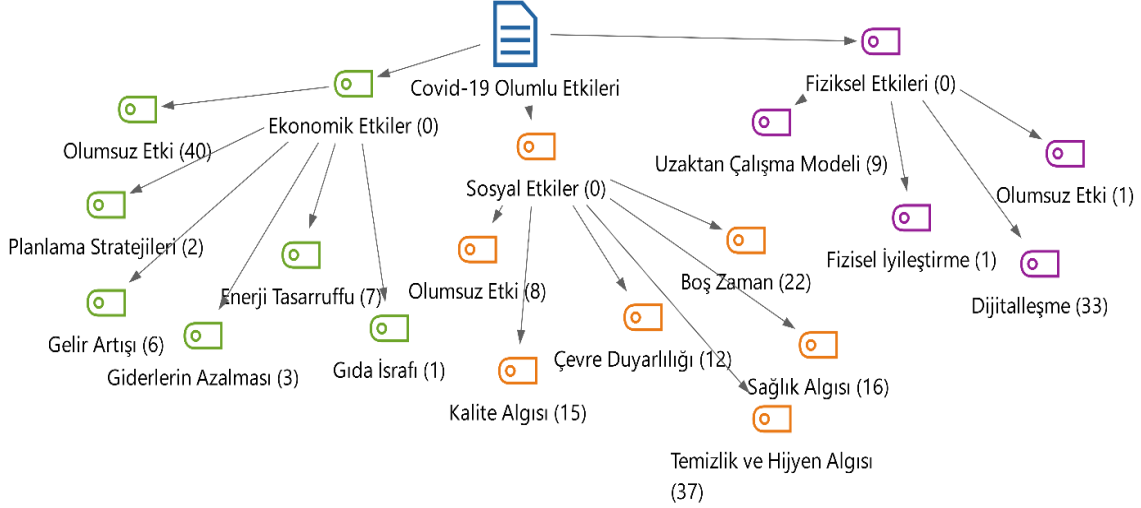
COVID-19'un turizm işletmelerindeki olumlu etkilerini ortaya koymak amacıyla ilgili alanyazın taranarak hazırlanan 6 adet soru katılımcılara yöneltilmiştir. Aşağıda Tablo 5'te katılımcılara sorulan sorular ve temalaştırılan yanıtlar yer almaktadır. Bazı sorulara katılımcılar birden fazla yanıt vermiştir. Bu nedenle katılımcıların tekrarlamaya sıklığına göre temalar ve yüzdeler oluşturulmuştur. Görüşme yapılan kişilere 'katılımcı' kavramı kısaltması olarak 'K' harfi kullanılmış ve her bir katılımcı için ayrı bir kod oluşturulmuştur.

Tablo 5. Katılımcı görüşleri

SORU	TEMA	n	KATILIMCI
Sizce COVID-19'un genel itibariyle olumlu etkileri neler oldu?	Doğanın kendini yenilemesi	4	K1-K2-K20-K25
	Özgürlüğün öneminin anlaşılması	2	K1-K2
	Aile ile vakit geçirme imkânı sağlaması	5	K1-K7-K8-K10-K12-K14
	Enerji ve yiyecek tasarrufu	1	K1
	İsrafın azalması	2	K2-K25
	Dijital hayata yönelimin artması	1	K2
	Hobi edinme	3	K4-K10-K12
	Sağlığın öneminin anlaşılması	2	K4-K7
	Temizliğin önem kazanması	10	K5-K8-K9-K10-K11-K13-K17-K18-K21-K22
	Yardım ve dayanışmanın artması	2	K2-K12
	Evde çalışma modelinin gelişmesi	3	K10-K12-K16
	Teknolojik altyapıların gelişmesi	1	K4
	Olumlu etkisinin olmaması	6	K3-K6-K15-K19-K23-K24
	Sizce COVID-19 konaklama işletmelerini olumlu yönden nasıl etkiledi?	Bireysel seyahatlerin artması	2
Hijyenin daha fazla önemsenmesi		13	K6-K7-K8-K9-K11-K13-K14-K16-K18-K22-K23-K24-K25
Tecrübe kazanmak		2	K7-K11
Kaliteli hizmet sunma anlayışının gelişmesi		1	K8
İşletmelerin belgelendirilmesi		3	K11-K13-K21
Pazarlama şekillerinin gelişmesi		1	K14
Restoranların satışlarının yükselmesi		1	K15
Doğa turizminin önem kazanması		1	K25
İç turizmin canlanması		1	K25
Kişisel hizmetin sunulmaya başlanması		1	K25
Olumlu etkisinin olmaması		9	K1-K2-K3-K5-K10-K12-K17-K19-K20
Sizce yiyecek içecek işletmelerini COVID-19 olumlu yönden nasıl etkiledi?	Kaliteli hizmet sunma anlayışının gelişmesi	4	K1-K4-K22-K24
	Paket servis hizmetinin öneminin anlaşılması	10	K2-K3-K4-K6-K9-K13-K14-K20-K21-K23
	Garsonların iş yükünün hafiflemesi	1	K4
	QR kodlu menülerin sayısının artması	3	K5-K8-K11
	Hijyenin daha fazla önem kazanması	7	K6-K7-K9-K16-K21-K22-K23
	İşletmelerin belgelendirilmesi	1	K7
	İsrafın azalması	1	K7
	Tecrübe kazanmak	2	K12-K18
	Gastronomiye olan ilginin artması	1	K25
	Olumlu etkisinin olmaması	3	K10-K15-K17
Sizce ulaşırma ve seyahat işletmelerini COVID-19 olumlu yönden nasıl etkiledi?	Ofis maliyetlerinin azalması	2	K2-K13
	Konforlu seyahat imkânı	6	K5-K6-K14-K22-K25
	Olumlu etkisinin olmaması	17	K1-K3-K4-K7-K8-K9-K10-K11-K12-K15-K17-K18-K19-K20-K21-K23-K24
	E-ticaretin gelişmesi	12	K1-K2-K4-K5-K6-K7-K8-K10-K11-K17-K18-K22
Sizce hediyelik eşya satan işletmeleri COVID-19 olumlu yönden nasıl etkiledi?	İşletme masraflarının azalması	1	K5
	Fikrim yok	2	K14-K16
	Satışların artış göstermesi	3	K23-K24-K25
	Olumlu etkisinin olmaması	8	K3-K9-K12-K13-K15-K19-K20-K21
	Doğanın dinlenmesi ve kendini yenilemesi	1	K1
Konuya ilişkin önemli gördüğünüz hususları aktarır mısınız?	Uzaktan çalışma modelinin gelişmesi	3	K1-K22-K25
	İsrafın azalması	2	K1-K22
	Hobi edinme	3	K1-K4-K8
	Aile ile vakit geçirme imkânı sağlaması	1	K1
	Temizlik ve sağlığın öneminin anlaşılması	8	K1-K5-K7-K8-K9-K11-K12-K17
	Tecrübe kazanılması	1	K2
	Yeni iş imkânlarının ortaya çıkması	1	K4
	Teknolojik altyapıların gelişmesi	3	K4-K11-K14
	Özgürlüğün öneminin anlaşılması	2	K5-K7
	Kişi ve kurumların kendini geliştirme imkânı bulması	2	K13
	Alışkanlıkların değişmesi	1	K16
	Olumlu etkisinin olmaması	4	K6-K10-K21-K24

COVID-19'un olumlu etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla "Maxqda" uygulaması kullanılarak ana temalar ve alt kodlar oluşturulmuştur. Ana temalar ve alt kodlar bütüncül olarak aşağıda Şekil 2'de sunulmuştur.

Şekil 2. COVID-19'un olumlu etkileri ana temalar ve alt kodlar



Sizce COVID-19'un genel itibariyle olumlu etkileri nelerdir? şeklindeki soruya katılımcıların bazıları birden fazla yanıt vermiştir. Cevaplar incelendiğinde en çok verilen yanıtın %23 oranla temizliğin önem kazanması olmuştur. COVID-19'un olumlu etkilerinin olmadığına dair verilen yanıtlar da (%14) kayda değerdir. Katılımcılar konuya ilişkin görüşleri şu şekildedir;

-COVID-19 ciddi anlamda doğaya katkı sağladı. Mart 2020'den sonra ülkemizde ve dünyamızda yaşanan kapanmalar sayesinde doğa dinlendi. Tatil ve seyahatler iptal olunca birçok yere ayak basılmadı. COVID-19'un en büyük olumlu etkisi bu oldu bence. Daha sonra insanlar özgür olmanın, dışarıya çıkabiliyor olmanın ne kadar kıymetli olduğunu anladılar. Kapanmalar sebebiyle insanlar aileleri ile vakit geçirme, onları dinleme, sohbet etme fırsatı buldu. İnsanlar kendi saçını kendi kesti, kendi saçını kendi boyadı, kendi ekmeğini evde yaptı. Mesela ben yemek yapmayı bilmiyordum evde kaldığım sürede yemek yapmayı öğrendim, ciddi bir cevher varmış bende. Şöyle düşünüp yazmaya çalışsak COVID-19'un insanlar için tahribatı çok oldu. Çünkü ölüm tehlikesi olan ciddi bir hastalık... Fakat düşündüğümüz zaman bu salgının bize kattığı çok şey olduğunu düşünüyorum. Örneğin; şu an dünyada doğalgaz ve enerji krizi yaşıyoruz. Bununla ilgili nasıl tedbir alabiliriz diye düşünürken birçok departmandan uzaktan çalışabiliriz önerisi geldi. Artık toplantılarımızı yüz yüze yapmıyoruz. Toplantı salonuna oturup ışıkları yakmıyoruz. Çaylar, kahveler, kurabiyeler tüketmiyoruz. Bu da ciddi bir tasarruf oldu bizim için. -K1-

-İhtiyaçlarımız kadarıyla yaşayabildiğimizi öğrendik aslında hiçbir şeyin fazlasına ihtiyacımız yokmuş. İnsanlar arası iletişimin ne kadar önemli olduğu öğrendik. Seyahat özgürlüğünün ne kadar kıymetli olduğunu öğrendik. Dijital hayata geçtik. Belirli bir yaş grubu ısrarla teknolojiyi öğrenmemekte direniyordu ancak pandemi ile birlikte bunu öğrenip dijital hayata geçtiler. Aile içi bağlarımız güçlendi çünkü birlikte zaman geçirme fırsatı bulduk. Yardımlaşmalar oldu bazı değerlerimiz bu şekilde ortaya çıktı. Mesela pandemi sürecinde çocuklar evde eğitim görmek zorunda kaldı. Bu süreçte tablet, bilgisayar olmayarak çocuklara yardımlar yapıldı. Doğa sevgisi insanlarda ön plana çıktı. Doğaya ne kadar ihtiyacımız olduğunu anladık ve daha fazla sahip çıkmaya başladık. Bu süreçte insanlar şehir merkezlerinden doğaya yöneldi. İlk sıraya konulması gereken olumlu etki de budur bence. -K2-

-COVID-19 ile birlikte insanlar kendileriyle zaman geçirmeyi öğrendiler, yeni hobiler arttı. Basit bir şey söyleyeyim ben yemek yapmayla arası iyi olan biri değilim bu süreçte yemek

yapmayı yeni şeyler denemeyi öğrendim. Online alışverişlere yöneldi. Sağlığımıza dikkat etmeyi öğrendik, sağlığın ne kadar önemli bir şey olduğunu bu virüs sayesinde öğrendik. Sağlığımızı korumak amacıyla çeşitli vitamin, mineral takviyelerine başladık diyebilirim. -K4-

-Bence sadece hijyen açısından olumlu etkisi oldu. Sosyal ilişkiler koptu, en büyük darbe turizm endüstrisine oldu. -K11-

-Herhangi bir olumlu etkisi olduğunu düşünmüyorum. Gerek sosyolojik gerek ise ekonomik olarak tüm dünyada yıkıma yol açtı. -K19-

-COVID-19 sayesinde doğa olumlu yönden etkilendi. İnsanlar evlere kapanmasıyla doğa kendini yenileme imkânı buldu. Hayvanların üremesi arttı, avlanma durdu, savaşlar ve çatışmalar azaldı, bahçeli evlere ve doğal hayata talep attı, büyük şehirlerden köylere ve kasabalara tersine bir göç başladı, insanlar kötü alışkanlıklarından ve kötü arkadaşlıklarından kurtuldu, gereksiz harcamalar azaldı diyebilirim. -K25-

Sizce COVID-19 konaklama işletmelerini olumlu yönden nasıl etkiledi? sorusuna katılımcıların yine büyük bir çoğunluğu (%37) hijyen kavramının önem kazanması şeklinde cevap vermiştir. Katılımcıların %26'sı olumlu etkilerinin olmadığını ve en önemli sorunu kapanma sürecinde iş yapamamaları olduğunu belirtmişlerdir. Bazı katılımcıların COVID-19 ile birlikte tecrübe kazandıklarını ve işletmelerini belgelendirmek durumunda kalmalarını olumlu etki olarak görmeleri bir diğer bulgudur. Konuya ilişkin görüşler ise şu şekildedir;

-Konaklama işletmeleri bakımından değerlendirecek olursam temizlik vb. durumlara dikkat ettiğini göstermek müşteriler açısından olumlu bir imaj oluşturdu, daha kaliteli yiyecek içecek sunmaya, daha kaliteli hizmet sunmaya özen göstermeyi öğrendi. -K8-

-Oteller hijyen kurallarını öğrendi. Önceden bir bez tüm odalarda kullanılabilirken şimdi bir oda temizliği için 3 bez kullanıyoruz. -K9-

-COVID-19 biraz daha temizlik açısından farklı prosedür uygulamamızı sağladı. Belgeler almamıza sebep oldu. Bu da biraz daha profesyonelleşmemizi sağladı. -K11-

-Bana göre COVID-19 konaklama işletmelerini olumlu etkilemedi. Hizmet sektörü tamamıyla mağdur olan kesim oldu. Yukarıda bahsettiğim gibi sadece farkındalık yaratıp bu tip durumlarla karşılaşıldığında nasıl hareket edilmeli nasıl aksiyon alınmalı konusunda pratik yapmayı sağladı. -K12-

-Konaklama işletmeleri bu dönemde daha kaliteli hizmet sunduğunu kanıtlamak için çeşitli belgeler aldı bu süreçte. Eksikliklerini tespit edebildi ve kendilerini geliştirme imkânları buldu. Konaklama işletmeleri tanıtım, güven ve hijyen konusunda kendilerini geliştirebildiler. -K13-

-Gerçekleştirilen birçok denetim konaklama işletmelerinin hijyenik olması konusunda detaycı davranış göstermesini sağlarken, aynı zamanda konaklama işletmelerinin farklı pazarlama tekniklerini kullanmasına sebebiyet vermiştir. Konaklama işletmelerinin stratejik planlamasının gidişatına uygun olarak, belirli bir sistem dahilinde ilerlemesi ayakta kalmasına sebebiyet vermiştir. Baktığımızda COVID-19'un kalıntıları hala ekonomik olarak devam etmektedir. Fakat bu işi avantaja çevirerek (uygun fiyatlı, 2 gece kal 1 gece öde gibi) promosyonlarla desteklenebilir yeni bir pazar gücü oluşturulmuştur. Bu durum ekonomik olarak gerçekleşen baskıyı engellememiş olsa da işletmelerin ayakta kalmasını, farklı düşünceleri ile işletmeye az da olsa kâr getirdiği şeklinde açıklanabilir. -K14-

Sizce yiyecek içecek işletmelerini COVID-19 olumlu yönden nasıl etkiledi? şeklinde sorulan soruya bazı katılımcılar birden fazla yanıt vermiştir. Paket servisin işletmeler için öneminin anlaşılması %31 oranla en çok verilen cevap olmuştur. Kaliteli hizmet sunma anlayışının gelişmesi, QR kodlu menülerin sayısının artması, işletmelerin belgelendirilmesi, yiyecek israfının azalması ve gastronomiye olan ilginin artması şeklindeki yanıtlar önem teşkil etmektedir. Bazı katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir;

-İşletmeler paket servise döndü evet iş gücü azaldı ama yine de kendilerini idare edebildiler. İşletmelerin açık olduğu dönemde kişi kapasitesi durumu vardı garsonların çalışması daha kolay oldu 100 kişi ile ilgilenmek yerine artık 50 kişi ile ilgilenmeye başladılar. Bu da hizmet kalitesini olumlu yönden etkiledi bence. Çünkü zaten sınırlı sayıda müşteri kabul edebiliyor işletmeler elindeki müşteriyi memnun etmeye çalıştı. -K4-

-Masaların sıklığını değiştirdik, kapasitelerimiz azaldı. Ama etkisi azalınca insanlar sosyalleşmeyi özledi ve dışarıda vakit geçirmek için kafe ve restoranlara yöneldi. Artık daha fazla müşteri ağırlayabiliyoruz. Bu süreçte QR kod ile menü oluşturduk, menü giderlerimiz azaldı. Sayfa olarak oluşturduğumuz menülerin hazırlanması fotoğraflanması 25.000 TL civarında QR menüler maliyet bakımından bunun 25'te 1'i kadar. COVID-19'dan ötürü kimse bu durumu garipsemiyor önceden QR kodlu menü garip karşılanıyordu. Artık çok fazla platform var yemek siparişi vereceğiniz. Bildiğimiz ünlü internet alışveriş siteleri bile artık evlere yemek hizmeti sunuyor. -K5-

-İşletme olarak hijyen vb. konularda bizi geliştirecek insanların bizi tercih etmesi için standartları arttırdık. Örneğin; 2 saatte bir dondurulmuş ürünlerden derece almaya başladık, ekipmanlarımızı sürekli temizledik. Patatesleri pişirdik tadına, derecesine bakıp test yaptık. Bir kitapçık oluşturduk her üründen derece almaya başladık, galoş eldiven kullanmaya başladık aslında normalde olması gereken şeyleri COVID-19 bize bunları hatırlattı ve öğretti. -K7-

-QR kod kullanımına geçtik bu bizim için bir yenilik oldu, açık büfe hizmeti kalktığı için müşterilerin istediği yemeği biz vermeye başladık ve israf konusunu az da olsa önleyebildik fakat yine israf etmek isteyen ürünü alıyor ve yemiyor yine bir şekilde çöpe gidiyor. Temas gerektirecek her şeyden uzağız. -K8-

-Teknolojik açıdan farklılıklar yaşandı örneğin QR kodlu menüler kullanmaya başladık teması önlemek adına, önceden adisyon sistemi ile çalışıyorduk fakat şimdi otomasyon sistemi ile çalışıyoruz. Bizim 2 bloğumuz var birini tadilat için kapattık o işleri aradan çıkardık. -K11-

-Paket servisler ile kısıtlama saatleri arasında işleyişi devam ettiren işletmeler bu durumdan oldukça karlı çıktı denilebilir. Fakat paket servis yönünden sıkıntılı olan ürünlerin servisinde de farklı menü tipleri uygulanarak bireylerin yiyecek ve içecek sektöründeki işletmelerde yenilikçi akımların ortaya çıkarttığını görmek mümkün. Her ne kadar da tedarik, iyi ürüne erişme, sipariş durumu konularında minimum seviyelerde seyreden bir veri elde edilse de işletmelerin tek kullanımlık ürünlere karşı ve bu ürünlerin ortaya çıkarttığı sürdürülebilirlik esasları konusunda bilinçlenmenin olduğu söylenilebilir. -K14-

-Kapalı kalma durumunda B planı yapan bir işletmeci olarak tüm olumsuzluklara karşı oluşturduğumuz sistemleri sırası ile uygulamamıza ortam sağlamıştır. En nihayetinde aşı haberleri ile birlikte hızlı bir şekilde kontrollü açılma şartlarında yeni yatırımlarla hızlı bir kazanç elde etmemiz için uygun ortamın sağlanması durumuna da zemin oluşturmuştur. -K18-

-Yiyecek içecek sektörü olumlu etkilenmiştir diye düşünüyorum. İnsanlar dışarıda vakit geçiremediği için özlem duymaya başladı ve normalleşme sürecinden sonra işletmelere yöneldiler. Kişiler farklı tatlar, farklı alternatifler aramaya başladı. Bunu sunan işletmeler de bu süreçten sonra kar elde etmeye başladı. Gastronomiye ilgi de arttı diye düşünüyorum. İnsanlar evde sıkıldıkça yemek yaptı, yeni yemek tarifleri ile ilgilenmeye başladı. Bu nedenle gastronomi turizminde de bir patlama yaşanmış olduğunu düşünüyorum. -K25-

Sizce ulaştırma ve seyahat işletmelerini COVID-19 olumlu yönden nasıl etkiledi?
sorusuna katılımcılar seyahat kısıtlamalarının getirilmesi sebebiyle %68 oranla olumlu etkisinin olmadığı yanıtını vermişlerdir. Ofis maliyetlerinin azalması ve konforlu seyahat imkânı sağlanması şeklinde verilen yanıtlar ise dikkat çekmektedir. Soruya ilişkin cevaplar şu şekildedir;

-Ulaştırma ve seyahat işletmeleri bu dönemde olumsuzlukların en büyüğünü yaşayan sektörlerden olmuştur. Sokağa çıkmama ve seyahat edememe durumları insanların kısıtlanması ve tüm iş dünyalarının online sistemde ilerlemesi bence hâlâ daha bu sektörü etkilemekte yurtdışı ve yurtiçi iş seyahatlerinin bile azalmasına sebep olarak kazanç

boyutunda azalma eğilimi yaratmıştır. Bu sebeple yapılan zamlar dahi yeterli miktardaki kârlılığı sağlayamamakta düşüncesindeyim. -K18-

-Ulaştırma sektörü özellikle havayolu işletmeleri çok büyük zararlara uğradı. Özellikle pandeminin birinci yılında yolcu sayında ciddi düşüşler yaşanmıştır. -K19-

-Olumlu etkisinin olduğunu düşünmüyorum. COVID-19'un yayılmasını sınırlamak için, havayolu uçuşlarının iptali ve ülke bazında kısıtlamalar uluslararası seyahati neredeyse tamamen durdurdu. -K20-

-Toplu taşıma araçlarının gerekli bakımları yapılsa da COVID-19 ile birlikte bu bakımlar günlük olarak yapılmaya başlandı ve daha hijyenik, daha steril ortamlarda, daha fazla özen gösterilerek araçlar dezenfekte edilmeye başlandı. Buda tabi halkın daha hijyenik koşullarda yolculuk yapmasını sağladı. -K22-

-Ulaştırmadaki gerekli olan tedbirleri saymazsak (COVID test, aşı vs.) ulaştırma ve seyahat yönünden sorun olduğunu düşünmüyorum. Sadece yurtdışı kısıtlamaları işletmeleri zor duruma soktu en azından bizim için öyleydi. Sürekli bizi tercih eden İngiliz misafirlerimizi ağırlayamadık. -K24-

-Toplu seyahate en olumlu etkisinin insanların artık dip dibe ve sıkışık seyahatleri bitti ve daha konforlu seyahat edebilme imkânı buldu. Seyahatler daha konforlu hale geldi. Seyahat etmeye özlem duyan insanlar bu firmalarla etkileşim kurdu. -K25-

Sizce hediyelik eşya satan işletmeleri COVID-19 olumlu yönden nasıl etkiledi? şeklinde yöneltilen soruya katılımcıların neredeyse yarısı (%46) e-ticaretin gelişmesi cevabını vermiştir. Yine işletme masraflarının azalması (%4) ve satışların artış göstermesi (%11) yanıtları katılımcıların olumlu olarak değerlendirdikleri durumlar arasında yer almaktadır. Soruya yönelik dikkat çeken bazı katılımcı yanıtları aşağıdaki gibidir;

-Sosyal medya üzerinden dijital pazarlamaya geçtiler. Ben birçok arkadaşarımdan duydum Kars'tan peynir getirttim, Maraş'tan şunu aldım hediyelik eşya olarak. Örneğin arkadaşım fiziksel bölgede gidip sadece Kars'taki peyniri görecekti ama sosyal medya sayesinde birçok bölgenin birçok ürününü aynı anda görebiliyor ve bu ürünleri hediye edebiliyor. Evde kalan insanlar alışverişe, sevdiklerine hediyeler göndermeye yöneldiler. E-ticaret sayesinde hediyelik eşya satan işletmeler bu krizi biraz da olsa fırsata çevirebildiler. -K2-

-İnsanlar eşi-dostu ile bu süreçte görüşemedi. Birbirlerine online alışveriş kanallarıyla hediyeler göndermeye başladı. Artık sadece bizim bildiğimiz alışveriş platformları değil sosyal medya hesaplarından da satışlar yapılmaya başlandı. Instagram hesabı kuran işletmeler tekstil ürünleri, hediyeler satmaya başladı. Hediyelik eşyalar satan işletmeler bu konudan en az etkilenenler oldu bence. Çünkü bir işletmenin elektrik, su, doğalgaz, kira gibi giderleri var. Ama bu süreçte bazı girişimciler e-ticaret ile evlerinin belli bir bölümünü kullanarak da satışlarını gerçekleştirdiler. -K5-

-Hediyelik eşya satan işletmeler bu saydığımız sektörler arasında en az olumsuz yönden etkilenenler oldu bence. Çünkü kısıtlamalar sebebiyle kimse birbiri ile görüşemedi, ziyaretler yapılmadı özel zamanlarda (doğum günü, sevgililer günü, yıl dönümü vb.) insanlar online ortamlardan hediye siparişleri verdiler. Bu durum diğer işletmelere nazaran hediyelik eşya satan işletmeler için daha az olumsuz etki yaratmıştır diye düşünüyorum. -K7-

-Hediyelik eşya satan işletmeler bu süreçte online alışveriş imkanlarıyla satışlarını yapabildiler. Evde sıkılan insanlar internet üzerinden alışveriş yapıp durdu. -K11-

-Açıkçası bu konuda çok fazla bir düşünce ve bilgiye sahip olmamakla beraber olumlu yönde etkilediği düşüncesindeyim. Herkesin birbirini hatırladığı herkesin ikametinde ulaşılabilir olduğu bu dönemde ve sosyal medyanın sürekli kullanımı ve görsel hatırlatmalar ile birlikte online satın alma ile hediyelik eşya ile kutlamaların artmış olabileceği düşüncesindeyim. -K18-

-Hediyelik eşya satan işletmeler online satışlarda ön plana çıkmaya başladı. Burada homeoffice kavramı önem kazandı. İşletmelerin çoğu bu süreçte kapandığı için evden satış

yapmaya başladı insanlar bu da ekstra enerji, su vb. giderlerin azalmasına katkı sağladı. -K22-

-Sokağa çıkma yasağı, saat kısıtlamaları insanların daha çok evde vakit geçirmelerine sebep oldu. Buda insanları zamanlarının çoğunu geçirdikleri özel alanlarını, evlerini daha hoş bir hale getirme isteği uyandırdı. Bunu çeşitli süsler, biblolar, eşyalar olarak yaptıkları için hediyelik eşya satan işletmeleri olumlu etkiledi. -K23-

Konuya ilişkin önemli gördüğünüz hususları aktarır mısınız? sorusu katılımcılara yöneltilen son sorudur. Katılımcılar soruya birden fazla yanıt vermiştir. Genel olarak COVID-19'un olumlu etkilerinin de olduğuna değinen katılımcılar yalnızca ekonomik etkilerini olumsuz, sosyal ve fiziki etkilerinin olumlu yönde olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir. Soruya verilen bazı yanıtlar şu şekildedir;

-COVID-19'un en önemli katkısı doğaya oldu. Doğa dinlendi. Uzaktan çalışma modeline insanlar yöneldi. Artık ofise gidip elektriği, projeksiyonu açıp enerji israf etmiyor. Çay, kahve, kurabiye gibi ürünler israf olmuyor. İnsanlar aileleri ile vakit geçirme fırsatı buldu, yeni hobiler edindi, temizliğin ve sağlığın önemi kavrayabildi. -K1-

-COVID-19 sosyal hayatımızı komple bitirdiği için sosyalleşmenin değerini anladık, özgürlüğün kıymetini bildik, temizliğin ne kadar büyük bir nimet olduğunu anladık ve daha fazla özen göstermeye başladık. Elini yıkamayı bilmeyen insanlara bile dezenfektan kullanmayı öğretti. COVID-19 can kaybı yaşattı, maddi sıkıntılar yaşattı ve birçok şeyi alıp götürdü ama birtakım şeylerin değerini anlamamızı da sağladı. -K5-

-COVID-19 temizliğe özen göstermeyi öğretti, sosyal ilişkilerin önemi arttı. Aslında kapanma durumu olmasaydı yine kısıtlama şeklinde devam etseydi işletmeler bu kadar olumsuz etkilenmemiş olacaktı. Bence COVID-19'un işletmecilik açısından olumlu etkileri az fakat insanı ilişkiler, sosyal hayat, kişisel gelişim sağlama, yeni hobiler edinme bakımından olumlu etkileri oldu. Bir kere genel kültürümüz arttı insanlar Sağlık Bakanı'nın adını öğrendi. COVID-19'dan önce ülke genelinde kaç kişi tanıyordu Sağlık Bakanı'nı? Şimdi en son baktığımda Instagram'da 10 milyon kadar takipçisi vardı. -K8-

-COVID-19'un bana öğrettiği en önemli şey sağlık konusu açısından cahilmişiz. Mesela ben 3 kere COVID geçirdim ve ağır atlattım. Ben bu zamana kadar hayatımda hiç dikkat etmediğim kadar temizliğe dikkat ettim eğer yakalanmasaydım ve bu kadar ağır geçirmeseydim hastalığı, bu kadar ince düşünmeyecektim. Bunun sadece benim için değil bütün insanlık için geçerli olduğunu düşünüyorum. Onun haricinde teknolojiye yönelmek durumunda kaldık yıl olmuş 2022 hala bilgisayar kullanamayan insanlar var çok ileri yaş grubundan bahsetmiyorum 30-40 yaşında bilgisayar kullanmayı bilmeyen insanlar var ama COVID-19 ile teknolojiye yöneldik, kullanmayı öğretti. Dünya bir dönüşüm sürecinde ve bence COVID-19 bunu hızlandırdı. 15 yılda kat edeceğimiz yolu bu anlamda 1 yılda kat ettik. -K11-

-Gerçekleştirilen bu araştırmanın başarıyla sonuçlanmasını dilerken, COVID-19 pandemisi tüm sektörleri etkilemiştir. Olumlu yönlerinin olumsuz yönlerin önüne geçemeyecek kadar az olması durumun ne denli büyük bir çapta etki gösterdiğini gözümüzün önüne sermektedir. Pandeminin özellikle gıda, sağlık, ürün tedariki gibi önemli iş kollarında yarattığı etki akabinde olumlu sonuçları da doğurmuştur ki bunlardan en iyisi teknolojinin hayatımızdaki yerinin önem kazanmasıdır. Tamamen doğru kullanıldığında büyük işlerin başarılacağı söz konusudur. -K14-

-Genel itibariyle evet çok fazla can kaybı yaşandı fakat şu an olumlu etkilerini konuşuyoruz. Bu süreçte insanlar evde de işlerin yürüebileceğini gördü ve evde iş modeli geliştirdi, Kişiler toplu taşıma araçlarıyla işyerlerine gitmek yerine evde çalışabildi ve işlerini yürütebildi. Bu durum hem işçi maliyetini düşürdü hem de işçinin çalıştığı yere kadar gitmesi bir zaman kaybı o zaman kaybının da önüne geçti. Yani COVID-19 ile birlikte homeoffice kavramının önemi ortaya çıktı. -K22-

-Esnek ve uzaktan çalışma modeli gelişti. Artık insanlar tatildeyken de çalışma fırsatı bulabildi. Online ortamda toplantılar gerçekleşmeye başladı. Bu durum turizmi olumlu etkiledi bence. Çünkü insanlar evde oturmak yerine bir tatil yöresine ya da restorana

giderek oradan internete bağlanıp toplantısı yapabiliyor ya da iş görüşmesini gerçekleştirebiliyor. Bu uzaktan çalışma modeli pandeminin artılarından biri oldu. -K25-

Sonuç ve Öneriler

Dünyada en hızlı gelişim gösteren endüstrilerinden biri olan turizm endüstrisi, 20. yüzyılda hem ulusal hem de bölgesel kalkınma bakımından önem arz etmektedir. Turizm faaliyetleri kültürel, politik, sosyal ve ekonomik etkileri olması nedeniyle daima değer görmektedir. Bu sebeple çoğu ölke turizm endüstrisine büyük önem ve ilgi göstermektedir. Aynı zamanda turizm, ölkeler için önemli bir döviz ve gelir kaynağıdır. Turizm, döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesi üzerindeki sorunları ortadan kaldırma konusunda önemli bir rol oynamaktadır (Soyu vd., 2017, s. 442). Sosyal bilimler alanında kriz olarak adlandırılan deprem, sel, yangın, salgın hastalıklar vb. durumlar turizm endüstrisini olumsuz yönde etkilemektedir. Yaşanan bölgesel veya küresel krizler turizm endüstrisinde gelir kaybına ve turist sayısının azalmasına neden olmaktadır. Diğer endüstrilerde olduğu gibi turizm endüstrisinde de farklı kriz sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerden biri de salgın hastalıklardır (Ünlöenen ve eti, 2019, s. 109).

İnsanlık tarihi boyunca birçok salgın hastalık ortaya çıkmıştır. Bu salgın hastalıklar meydana geldiği dönemin karakterini yansıtmış, insanın doğaya müdahale şekli ve boyutu ile benzerlik göstermiştir. Tarihsel süreçte insan ve toplum yaşamına eşlik eden salgın hastalıklar; zaman, insan hayatı, yaşam, kaynak ve ekonomi üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur. Yakın tarihte bu salgın hastalıklara verilebilecek örneklerden biri küresel düzeye ulaşmış olan COVID-19'dur (Yelboğa ve Bayır Aslan, 2020, s. 44). Alanyazında çoğunlukla sektörlere olumsuz etkilerinden söz edilen COVID-19 pandemisinin sınırlı olmakla birlikte olumlu etkileri olduğu da görölmektedir. Örneğin; Yelboğa ve Bayır Aslan (2020, s. 49) gerçekleştirdikleri çalışmada COVID-19'un küresel bir hâl almasıyla sağlık alanında birliktelik kavramının ön plana çıktığı ve böylece küresel bilgi paylaşımı, tedavi, uluslararası hareket planı ve sağlık politikalarının devreye girdiğini ifade etmiştir. Bu durum COVID-19 pandemisiyle birlikte dayanışma ve yardımlaşma kavramlarının önem kazandığı şeklinde yorumlanabilmektedir.

Araştırma kapsamında; 25 kişi ile görüşme (yüz yüze, telefon ve mail) gerçekleştirilerek COVID-19'un turizm işletmelerine olası olumlu etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında COVID-19'un olumlu etkilerini ortaya koymak ve konuya ilişkin bir farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. Ayrıca yapılan alanyazın taramasında turizm işletmelerinde COVID-19'un olumlu etkilerine yönelik yapılan çalışmaların sayısının sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Bu nedenle yapılan bu araştırmanın gelecekteki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Katılımcılar en fazla temizlik ve sağlık kavramlarının insan hayatında önem kazanması, aile ile vakit geçirme imkânı, doğanın kendini yenilemesi, israfın azalması ve evden çalışma modelinin gelişmesi gibi durumları COVID-19'un olumlu etkileri olarak belirtmiştir. Bu bağlamda Afacan ve Avcı (2020, s. 1)'nın COVID-19'un sosyolojik etkilerini ortaya koymak amaçıyla yapmış olduğu çalışmada salgının olumlu etkilerinin de olduğu özellikle doğanın yapısında olumlu yönde değişmeler yaşandığına, insanların evlerde kalmaya başlamasıyla birlikte sanayi faaliyetlerinin yavaşlamasından ötürü doğanın kendini yenilemeye başlamasına, İstanbul'daki hava kirliliğinin %30 civarında azaldığına ve hatta boğazda yunusların yüzmeye başladığının göröldüğüne değinmiştir. Aynı zamanda, dünyada silahlı çatışmalar ve savaşların neredeyse durma noktasına geldiğini de ifade etmişlerdir. Bu durum COVID-19'un fiziksel çevre ve sosyal ilişkileri geliştirmesi bakımından olumlu etkileri olduğu şeklinde yorumlanabilir. Turizm işletmelerinde COVID-19'un olumlu etkilerin ortaya çıkarılması amaçıyla katılımcılara yöneltilen sorularda işletmelerin çeşitli belgeler alması, kaliteli hizmet sunma anlayışının gelişmesi, tecrübe edinilmesi, çalışanların iş yükünün azalması, yeni pazarlama şekillerinin ortaya çıkması, yeni iş imkânları, gıda ve enerji tasarruflarının yapılması, e-ticaretin gelişim göstermesi ve dijitalleşme katılımcılar tarafından olumlu etkiler olarak belirtilmiştir. Atay (2020, s. 168), COVID-19'un turizm işletmelerine etkileri incelediği çalışmada COVID-19 ile birlikte yeni iş imkânlarının ortaya çıktığı, bilhassa

internet ve sosyal medya aracılığı ile alışveriş yapma imkânı tanıyan işletmeler, paket servis hizmeti veren yiyecek içecek işletmeleri, kargo vb. lojistik işletmeler için yeni iş fırsatlarının ortaya çıktığını ifade etmiştir. Aylan (2020, s. 174)'ün ise COVID-19 kapsamında turizm yazılı basınında çıkan haberlere yönelik yapmış olduğu çalışmasında salgın ile birlikte yapılan yeni düzenlemelerin her şey dâhil sistemdeki israfı önlemesi, şezlong ve havlu savaşlarının bitmesi, işletmelerin korona sertifikası almak zorunda kalması şeklindeki başlıkları COVID-19'un olumlu etkileri başlığı altında değerlendirdiği görülmektedir. Bu durum araştırma bulgularını desteklemektedir. Bu çalışma ile COVID-19'un turizm işletmelerine olumlu etkileri alanyazın taraması yapılarak incelenmiş ve uygulama ile desteklenerek alanyazında yer alan diğer çalışmalar ile karşılaştırma yapılmasına fırsat tanınmıştır. Bu nedenle araştırma ulusal ve uluslararası alanyazındaki ilgili boşluğu doldurması bakımından önem arz etmektedir. Sonuç olarak; COVID-19 pandemisinin ekonomik etkilerinin olumsuz olarak değerlendirildiği, fiziksel çevre ve sosyal ilişkileri geliştirme bakımından olumlu etkileri olduğu ortaya çıkarılmıştır.

COVID 19 pandemisine hazırlıksız yakalanmak birçok endüstride olduğu gibi turizm endüstrisinde de önemli sıkıntılar yaşanmasına sebep olmuştur. Ancak bu pandeminin endüstriye birtakım olumlu katkılarının olabildiği de açıktır. Bundan sonraki olası pandemilerde işletmeler çıkarılan derslerle daha ciddi hazırlıklar yapmalı, krizi fırsata dönüştürecek eylemler hazırlamalıdır. Özellikle olumsuz etkilerin yoğunluğu göz önüne alındığında, bunların vereceği zararı en aza indirecek önlemleri her zaman hazır tutmalıdırlar. COVID-19'un olumlu ama sınırlı olan etkileri de zaman içerisinde birçok işletmeye yeni uygulamalara yönelmelerini sağlamıştır. Bu nedenle turizm endüstrisinde faaliyet gösteren tüm işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri için akıllı mobil uygulamaları, e-ticaret uygulamalarını verimli ve etkin bir şekilde kullanmaları önerilmektedir.

Araştırma kısıtları ele alındığında öncelikle bölgesel kısıtlama yapılmak durumunda kalmıştır ve araştırma Marmara Bölgesi ile sınırlandırılmıştır. Pandemi süresinin devam etmesi ve maddi kısıtlar sebebiyle katılımcıların tümüyle yüz yüze görüşme gerçekleştirilememiştir. Aynı zamanda kartopu örnekleme yapılarak kişilere ulaşılmaya çalışılmış ve bazı katılımcıların görüşmeye olumlu karşılık vermemesi nedeniyle geniş bir katılımcı kitlesi olmaması araştırmanın diğer bir kısıtıdır.

Kaynakça

- Afacan, E. ve Avcı, N. (2020). Koronavirüs (Covid-19) örneği üzerinden salgın hastalıklara sosyolojik bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, ASEAD* 7(5), 1-14. (ISSN:2148-9963).
- Akar, S. (2013). Doğal afetlerin kamu maliyesine ve makro ekonomiye etkileri: Türkiye değerlendirmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 11*(21), 185-206. (doi: <http://dx.doi.org/10.11611>).
- Aksun, K. (2021). *Millî eğitim bakanlığı birimlerinde istihdam edilen personellerin bulaşıcı ve salgın hastalıklar konusunda bilinç düzeyleri ve tutumları: Tarsus örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Tarsus Üniversitesi, Mersin.
- Aktürk, İ. ve Albeni, M. (2002). Doğal afetlerin ekonomik performans üzerine etkisi: 1999 yılında Türkiye'de meydana gelen depremler ve etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 7(1), 1-18.
- Akurgal, E. (2005). *Anadolu kültür tarihi*. (17. Baskı), Ankara: TÜBİTAK Yayınları.
- Akyol, C. (2020). Turizm eğitimi alan öğrencilerin covid-19 salgımına yönelik görüşleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel* 3(1), 112-121. (doi: 10.33083/joghat.2020.35).

- Alfani, G. & Murphy, T. (2017). Plague and lethal epidemics in the pre-industrial world. *the Journal of Economic History* 77(1), 314-343. (doi: <https://doi.org/10.1017/s0022050717000092>).
- Armağan, T., Bingül, B. A., ve Rengin, A. (2020). Tarihsel süreçte yaşanan pandemilerin ekonomik ve sosyal etkileri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 19 (Covid-19 Special Issue): 612-632. (<https://doi.org/10.21547/jss.766717>).
- Aslan, R. (2020). Tarihten günümüze epidemiler, pandemiler ve covid19. *Ayrıntı Dergisi*, 8(85), 35-41. (<https://doi.org/10.35375/sayod.738657>).
- Aslan, Ü. ve Damar, A. (2020). *Covid-19 salgın sürecinin bireysel toplumsal ve küresel olumlu etkileri üzerine bir araştırma*. MODAV 17th International Conference on Accounting 22-23 October Critical Issues for the Future of Accounting.
- Atay, L. (2020). Kovid-19 salgını ve turizme etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 168-172. (<https://doi.org/10.24010/soid.723581>).
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (covid-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi* 6(1), 93-115. (<https://doi.org/10.21547/jss.787982>).
- Aylan, S. (2020). Covid-19 pandemisinin turizm sektörüne etkisi: turizm yazılı basınında çıkan haberlere yönelik nitel bir araştırma. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 164-177. (doi: 10.33083/joghat.2020.41).
- Bao, Y., Sun, Y., Meng, S., Shi, J. ve Lu, L. (2020). 2019-nCoV epidemic: adress mental health care to empower society. *the Lancet*, 395(10224), 37-38. (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7133594/>).
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Benli, C. (2021). *Covid-19 ve salgın hastalıklar: küreselleşmeye etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Briciu, A., Briciu, V. A. & Csiki, A. E. (2020). *Intial thoughts of covid-19 unexpected consequences for tourism*. Conference: Fourth International Scientific Conference Itema Recent Advances in Information Technology, Tourism, Economics, Management and Agriculture (doi:10.31410/itema.s.p.2020.23).
- Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). Covid-19 pandemi sürecine yönelik genel bir değerlendirme: Türkiye örneği, *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi* 1 62-79. (<https://doi.org/10.35375/sayod.738657>).
- Can, E. (2020). Sanal sınıf yönetimi: ilkeler, uygulamalar ve öneriler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 251-295.
- Ceyhun Sezgin, A. ve Ateş, A. (2020). Otel işletmelerinde gıda israf boyutunu belirlemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 8(4), 3489-3507. (doi: 10.21325/jotags.2020.773).
- Chen, K. (2020). If coronavirus disrupts staple crop production the impact on food security could be grave, *The Telegraph*, (6 Mart 2020), <https://www.telegraph.co.uk/global-health/science-and-disease/coronavirus-disrupts-staple-crop-production-impact-food-security1/>. (Erişim Tarihi: 08.09.2022)
- Chiranjib, K. C. (2020). Corona (COVID-19) and tourism: more opportunities in the aftermath of the lockdown. *Retrieved From Research Gate*, 1-5 (Doi:10.13140/RG.2.2.35876.83844).

- CMO (2021). https://www.cmo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=101161&tipi=67&sube=10 (Erişim Tarihi: 17.11.2021).
- Çakmak, H., Ocaktan, M. E. ve Akdur, R. (2018). Doğal afetler, Eşitsizlikler ve Sağlık Sonuçları, Eşitsizlikler ve Sağlık Sonuçları (Akin A, Editör), Türkiye Klinikleri, Ankara, 88-94.
- Çam, Y. (2020). Covid-19 süreci ve kentsel mekânların kullanımının yeniden planlanması. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, 67-79.
- Daysal, H. ve Demirbaş, N. (2020). Hanehalkı gıda israfının nedenleri ve azaltılması için öneriler: İzmir ili örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi* 6(3), 40-47.
- Durgun Kaygısız, A. (2021). Covid-19 sonrası Türk turizm sektöründe oluşabilecek fırsatlar ve tehditler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 12(23), 79-95.
- Dündar, Y., Silik, C., E. ve Ilgaz, B. (2020). Antalya’da yer alan konaklama tesisleri yöneticilerinin covid-19 kapsamında alınabilecek tedbirler üzerine görüşleri. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 12(4), 3776-3794. (<https://doi.org/10.20491/isarder.2020.1072>).
- EURONEWS (2021). <https://tr.euronews.com/2020/04/22/dunya-covid-19-onlemleri-sayesinde-kendini-temizliyor-arast-rma> (Erişim Tarihi: 17.11.2021).
- Göçen, S., Yirik, Ş. ve Yılmaz, Y. (2011). Türkiye’de krizler ve krizlerin turizm sektörüne etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 16(2), 493-509.
- Göçer, A. (2013). Türkçe öğretmeni adaylarının dil kültür ilişkisi üzerine görüşleri: fenomenolojik bir araştırma. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(2), 25-38.
- Göktürk, İ. (2021). *Tarihsel süreçte önemli salgın hastalıklar ve covid-19’un sektörel açıdan ekonomik etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Görgülü Arı, A. ve Kanat, M. H. (2020). Covid-19 (koronavirüs) üzerine öğretmen adaylarının görüşleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı), 459-492. (ISSN: 1302-6879).
- <https://www.haberler.com/pandemi-doneminde-acik-bufe-restoranlarda-israf-14533129-haberi/> (Erişim Tarihi: 20.11.2021).
- Islam, S.M.D. & Rume, T. (2020). Environmental effects of covid-19 pandemic and potential strategies of sustainability, *Heliyon* 6(9).
- Jribi, S., H. B. Ismail, D. Doggui & H. Debbabi. (2020). Covid-19 virus outbreak lockdown: what impacts on household food wastage? *Environment, Development and Sustainability* 22, 3939–3955. (doi: 10.1007/s10668-020-00740-y).
- Karadeniz, E., Beyaz, F. S., Ünlübulduk, S. N. ve Kayhan, E. (2020). Covid-19 salgınının turizm sektörüne etkilerinin ve uygulanan stratejilerin değerlendirilmesi: otel yöneticileri üzerinde bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 4(4), 3116-3136. (doi: 10.26677/tr1010.2020.554).
- Karakuş, O. S. (2018). Doğu'dan Gelen Ölüm: Antoninus Vebası, *Toplumsal Tarih*, 296: 38-41 (Erişim Sitesi: https://www.academia.edu/37321126/_Death_Coming_From_The_East_The_Antonine_Plague_Do%C4%9Fudan_Gelen_%C3%961%C3%BCm_Antoninus_Vebas%C4%B1_).
- Karataş, Z. (2020). COVID-19 pandemisinin toplumsal etkileri, değişim ve güçlenme. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi* 4(1), 3-15. (e-ISSN 2602-3393)

- Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (yeni koronavirüs) salgınının turizm sektörüne muhtemel etkileri. *USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4(1): 17-27. (<https://doi.org/10.46452/baksoder.727208>).
- Kumar, D., Malviya, R. & Kumar Sharma, P. (2020). Corona virus: a review of covid19. *EJMO* 4(1), 8-25. (doi: 10.14744/ejmo.2020.51418).
- Kurnaz, H. A. ve İpar M. S. (2020). Yavaş şehir Akyaka’da aşırı turizm olgusunun esnaf bakış açısıyla değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues* 2(1), 39-55.
- LePan, N. (2020). Visualizing the history of pandemics. visualizing the history of pandemics (E.T: 02.11.2021, Erişim Sitesi: <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>).
- Maital, S. & Barzani, E. (2020). The global economic impact of covid-19: a summary of research. *Samuel Neaman Institute for National Policy Research*, 1-12.
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2021). The global macroeconomic impacts of covid-19: seven scenarios. *Asian Economic Papers* 20(2), 1-30. (doi:10.1162/asep_a_00796).
- Menegaki, A. N. (2020). *Hedging feasibility perspectives against the covid-19 in the international tourism sector*, 1-18. [Online] <https://www.preprints.org/manuscript/202004.0536/v1> (Erişim Tarihi: 22.11.2020).
- Minielly, N., Feehan, C., Wong, A. & Illes, J. (2020). Neuroethical and societal challenges of 21st century epidemics. *Trends in Neurosciences* 43(12), 960-964. (doi: 10.1016/j.tins.2020.10.006).
- Mo Y., Deng L., Zhang L., Lang Q., Liao C., Wang N., Qin M. & Huang H. (2020). Work stress among Chinese nurses to support Wuhan in fighting against covid-19 epidemic. *Journal of Nursing Management* 28, 1002-1009. (doi: 10.1111/jonm.13014).
- Muştu, Ç., Ceylan, V. ve Sarıışık, M. (2020). Covid-19 salgını kaynaklı karantina sürecinin evsel gıda atıklarına etkileri. *Tarım Ekonomisi Dergisi* 26(2), 157-165. (ISSN 1303-0183).
- Nar, M. Ş. (2020). Covid-19 salgını ve dönüşümün etkisi: şimdi ve sonrası. *İMGELEM*, 4 (7): 363-382.
- OECD (2021). <https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate.htm> (Erişim Tarihi: 20.11.2021).
- Öner, D. (2021). *Salgın hastalıkların ekonomik etkileri: covid 19 örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.
- Özaltın Türker, G. (2020). Covid-19 salgını turizm sektörünü nasıl etkiler? turizm akademisyenleri perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research* 6(2), 201-224. (<https://doi.org/10.24289/ijsser.760790>).
- Özaltın Türker, G. ve Ertürk, N. (2020). Covid-19’un konaklama işletmelerine etkileri: yöneticiler perspektifinden bir değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi* 2(2), 89-101.
- Özdere Sözer, S. (2021). Türkiye’deki salgın hastalıkların Türk ekonomisine etkileri (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.
- Özkoçak, V., Koç, F. ve Gültekin, T. (2020). Pandemilere antropolojik bakış: koronavirüs (covid-19) örneği. *Turkish Studies* 15(2): 1183-1195. (<https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.42679>).
- Parıldar, H. (2020). Tarihte bulaşıcı hastalık salgınlar. *Tepecik Eğit. ve Araşt. Hast. Dergisi* 30 (Ek sayı): 19-26. (doi:10.5222/terh.2020.93764).

- Peterson, C. A. & Belenchia, A. M. (2014). Vitamin D Deficiency & childhood obesity: a tale of two epidemics. *Missouri Medicine* 111(1), 49.
- Pietrabissa, G. & Simpson, S. G. (2020). Psychological consequences of social isolation during covid-19 outbreak. *Front, Psychol* 11, 2201. (<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02201>).
- Popp, A. (2006). The effects of natural disasters on long run growth. *Major Themes in Economics* 8(1), 61-82.
- Rosselló, J., Becken, S. & Santana-Gallego, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: a global analysis, *Tourism Management* 79, 104080.
- Sharifi, A., Khavarian-Garmsir, A. R. (2020). The covid-19 pandemic: impacts on cities and major lessons for urban planning, design and management. *Science of the Total Environment* 749, 1-14. (<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.142391>).
- Singhal, T. (2020). A review of coronavirus disease-2019 (covid-19). *Indian J Pediatr* 87, 281-286. (DOI: <https://doi.org/10.1007/s12098-020-03263-6>).
- Soyu, E., Karaçor, S., Altınok, S. ve Fırat, E. (2017). Türkiye’de turizm gelirlerinin ekonomideki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme, *In International Conference On Eurasian Economies*, 442-449.
- Sürme, M. (2020). *Turizm ve covid-19*. Ankara: İktisad Yayınevi. (https://scholar.google.com.tr/citations?view_op=view_citation&hl=tr&user=HpCSEoIAAAAJ&citation_for_view=HpCSEoIAAAAJ:QIV2ME_5wuYC, Erişim Tarihi: 18.12.2021).
- Şahin, S. K. ve Bekar, A. (2018). Küresel bir sorun “gıda atıkları”: otel işletmelerindeki boyutları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(4), 1039-1061. (doi: 10.21325/jotags.2018.347).
- Şener, S., Bahçeci, V., Doğru, H., Sel, Z. G., Ertaş, M., Songür, S. ve Tütüncü, Ö. (2017). Turizm alanındaki nitel araştırmaların güvenilirlik ve geçerlik ölçütleri kapsamında değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 7-26.
- TDK (2021). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 02.11.2021).
- Tekin, Ö. A., ve İlyasov, A. (2017). The food waste in five-star hotels: a study on Turkish guests attitudes. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 13-31.
- Turan, S. ve Karasu Avcı, E. (2018). 2018 Sosyal bilgiler öğretim programının dijital vatandaşlık bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 1(1), 28-38.
- TÜBİTAK (2021). <https://covid19.tubitak.gov.tr/sites/default/files/inline-files/ekim-2020.pdf> (Erişim Tarihi: 17.11.2021).
- Urfa, A. M., Can, E. ve Yüceol, N (2021). Covid-19 salgını bağlamında Türkiye’de turizm sektörünün swot analizi. *Journal of Travel and Tourism Research* 18, 22-50.
- Ünlü, H. ve Çiçek, E. (2021). Salgın hastalıklardan korunma ve kontrol önlemleri, covid-19 pandemisi ile mücadele ve yaşanan güçlükler. *Hemşirelik Fakültesi Dergisi* 8(1), 101-107.
- Ünlüöner, K. ve Çeti, B. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 22(2), 109-128. (doi: 10.34189/tfd.22.2.001).
- Üstün, Ç. ve Özçiftçi, S. (2020). Covid-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkileri: bir değerlendirme çalışması. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi* 25(1), 142-153. (<https://doi.org/10.21673/adoluklin.721864>).
- WHO (2022). <https://covid19.who.int/> (Erişim Tarihi: 01.11. 2021).

- Yavuz, A. ve Dikmen, S. (2015). Doğal afetlerin zararlarının finansmanında kullanılan afet öncesi finansal araçlar. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi* 3(2), 303-322. (doi: 10.14782/sbd.2015216101).
- Yavuz, F. (2020). Tarıma koronavirüs etkisi. *Aylık Siyaset Toplum ve Ekonomi Dergisi* 5(46), 86-89. (Erişim Adresi: <https://kriterdergi.com/ekonomi/tarima-koronavirus-etkisi>).
- Yelboğa, N. Bayır Aslan, Ş. (2020). Sosyal sorun olarak salgın hastalıklar ve sosyal çalışmanın halk sağığını koruma/geliştirme görevi. *Türkiye Sosyal Hizmetler Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 43-49.
- Yolun, M. (2012). İspanyol gribinin dünya ve Osmanlı Devleti üzerindeki etkileri (Yüksek Lisans Tezi). Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman.
- Yurtsever, M. (2020). Covid-19 pandemisinin çevre üzerindeki erken dönem etkileri. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi* 25(3), 1611-1636. (<https://doi.org/10.17482/uumfd.781173>).
- Zambrano-Monserrate, M.A., Ruano, M.A. & Sanchez-Alcalde, L. (2020). Indirect effects of covid-19 on the environment. *Sci. Total Environ* 728. (doi: 10.1016/j.scitotenv.2020.138813).

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu

Tarih: 29.04.2022

No: 22/23

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50

2. yazar katkı oranı : %50



Turizmin “Özgürlük” ve “Yolda Olmak” Hâli: Türkiye’deki Karavan Turistlerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma

The State of Tourism as “Freedom” and “Being on the Road”: A Research on Understanding the Caravan Tourists in Türkiye

Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY¹, Arş. Gör. Eminsafa DİLMAÇ², Arş. Gör. Emrah TAŞARER³

Öz

Karavan turizmi sahip olduğu seyahat/konaklama şekli ve turist yapısı gibi unsurlarıyla diğer turizm türleri arasından sıyrılan özel bir turizm çeşididir. Bu çalışma, en temelde bu özel turizm türünün hitap ettiği turist kitlesini anlamaya yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, olgubilim araştırma deseninden yararlanılmıştır. Bunun için 11 soruluk bir mülakat formu hazırlanmış ve Sapanca’da gerçekleştirilen karavancılık festivaline katılan karavan turistlerinden olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden gelişigüzel örnekleme yoluyla 21 kişi seçilerek örnekleme dâhil edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi tekniği ile kodlara ayrılmış, ulaşılan kodlardan kategoriler oluşturulmuş ve daha sonra genel temalara ulaşılmıştır. Sonuç olarak katılımcıların karavanla seyahat motivasyonlarına yönelik literatürle paralellik gösteren bulgulara erişilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, karavan turistlerini seyahate iten faktörlerden “özgürlük” temasının çok ağır bastığı ve bunun yanında karavanın bir “keyif/tutku” ile “sosyalleşme” alanı olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Yine karavanla seyahat motivasyonlarına ilişkin çeken faktörlere bakıldığında, katılımcıların “yeşil alanlar” ve “deniz/göl” kenarı gibi çekicilikler ile “istenilen herhangi bir yere gidebilme” ve “güvenlik olanakları” temalarını ön plana çıkardıkları görülmüştür. Ayrıca karavan turistlerinin karavanla seyahati bir konaklamadan çok “yolda olma” arzusu olarak gördükleri bu çalışmada tespit edilen diğer bir unsurdur. Öte yandan çalışmada karavan turistlerinin tatil deneyimleri, tercihleri ve kişisel özelliklerine ilişkin anlamlı bulgulara erişilmiştir. Karavancıların yaşadıkları sorunlara ilişkin en çok ifade ettiği problemler ise tesis-altyapı yetersizliği, çöp sorunu ve güvenlik endişesi gibi sorunlardır.

Anahtar Kelimeler: Karavan turizmi, karavancılık, motivasyon, özgürlük

Makale Türü: Araştırma

Abstract

Caravan tourism is a distinct type of tourism that stands out from other forms of tourism due to its travel/accommodation style and the characteristics of its tourist base. This study aims to understand the tourist segment targeted by this unique tourism type. A qualitative research approach was adopted using a phenomenological research design. For this purpose, an 11-question interview form was prepared, and 21 participants were selected using haphazard sampling among caravan tourists who attended the caravan festival in Sapanca. The obtained data were analyzed using content analysis techniques, and the resulting codes were categorized, leading to the emergence of general themes. The findings of the study showed that the motivations of the participants to travel by caravan were consistent with the literature, with the "freedom" theme being dominant, while caravan travel was also seen as a source of "pleasure/passion" and a means to "socialize." When examining the factors that attracted participants to caravan travel, themes such as "green areas" and "sea/lakefront" were found to be appealing, as well as the ability to go "anywhere desired" and the availability of "security facilities." Furthermore, it was found that caravan

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, turkay@subu.edu.tr

²Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, eminsafadilmac@subu.edu.tr

³Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, emrah.tasarer@batman.edu.tr

Atf için (to cite): Türkay, O., Dilmaç, E. ve Taşarer, E. (2024). Turizmin “özgürlük” ve “yolda olmak” hâli: Türkiye’deki karavan turistlerini anlamaya yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 385-408.

tourism was viewed more as a desire for "being on the road" rather than as a form of accommodation. The study also revealed meaningful findings related to the vacation experiences, preferences, and personal characteristics of caravan tourists. The most common problems faced by caravaners were inadequate infrastructure/facilities, waste management issues, and safety concerns.

Keywords: Caravan tourism, caravanning, motivation, freedom

Paper Type: Research

Giriş

Turizm, bireylerin dinlenme, eğlenme ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarının karşılanması üzere ortaya çıkmış bir keyif endüstrisidir (Çolak ve Batman, 2019). Geçmişten günümüze turizm, deniz, kum ve güneş üçlüsü ile özdeşleştirilmektedir. Bu turizm anlayışından sıkılan ve değişim arayan insanlar, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarının tatminine yönelik farklı turizm türlerine yönelmeye başlamışlardır. Bu yönelim zamanla alternatif turizm türlerinin oluşmasına sebep olmuştur (Akpur ve Zengin, 2019). Alternatif turizm, kitle turizm kaynaklı meydana gelen sosyo-demografik etkileri azaltmak ve klasik turizm anlayışından sıyrılmış farklı hobi, istek ve beklentilere sahip turistlerin bu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gerçekleştirilen turizm türlerinden oluşmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009).

Kamp ve karavan turizmi de tıpkı diğer alternatif turizm çeşitleri gibi kitle turizmine yönelik tepki oluşturmak ve farklılık sağlamak amacıyla ortaya çıkmış ve günümüzde sıklıkla tercih edilen bir turizm çeşididir. Bireyler, monoton hayatın sıkıcılığı, kent hayatının yoğun iş ve yaşantı temposu gibi sebeplerle doğaya ve açık alanlara yönelik seyahate yönelmektedir. Günümüzde bireylerin özellikle serbest zamanlarını daha verimli geçirebilmeleri amacıyla karavan turizmi faaliyetlerine katılım sağladığı bilinmektedir. Karavan turizmi, özellikle Covid-19 pandemi dönemi sonrasında, insanların kapalı alanda ve hareketsiz hayat tarzıyla baş başa kaldığı bir dönemde daha da popüler hale gelmiştir (TURSAB, 2021). Kamp ve karavan turizmi süre, rota ve destinasyon gibi değişkenlere yönelik tercih haklarının tamamen turistlerde olduğu, oldukça esnek bir yapıya sahiptir. Bu bakımdan kamp ve karavan turizmi için tamamıyla serbestliğe dayalı bir alternatif turizm çeşididir denilebilir. Karavan turistleri seyahat için gerekli ihtiyaçlarını temin ettikten sonra istediği rotada seyahat edip istediği yerde konaklayabilir. Bu sebeple karavan turistlerine “*Evlerini sırtlarında taşıyan salyangozlar*” şeklinde benzetmeler yapılmaktadır (Lashley, 2015: 115).

Karavan turistleri, oteller gibi hizmet veren kuruluşların belirli saatler etrafında planlanmış yeme-içme, dinlenme ve eğlenme sınırlılıklarına bağlı kalmadan özgürce hareket edebilmekte ve serbest zamanları arzu ettikleri şekilde geçirebilmektedir. Karavan turistlerinin seyahatlerinde özgürlük arayışı, doğayı keşfetme, sosyalleşme, dinlenme, yenilenme ve kendini gerçekleştirme gibi motivasyon unsurları etkili olabilmektedir (Hardy, Hanson ve Gretzel, 2012; Hardy ve Gretzel, 2008; Patterson, Pegg ve Mahadevan, 2015). Karavan turizmine yönelik ilginin de son yıllarda gittikçe arttığı ve trend haline geldiği gözlenmektedir (Rogerson ve Rogerson, 2020). Buna karşılık, Türkiye’de hem genel anlamda karavancılığa yönelen turistlerin hem de Covid-19 sonrasında bu alana yönelen yeni karavancıların temel motivasyonları ile karavan turizmi bağlamındaki tutum ve davranışlarını el alan literatürün oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Kamp ve karavan turistlerin deneyimleri ve motivasyonlarına ilişkin uluslararası literatürde yapılan birçok çalışmanın yer aldığı görülmektedir (Hardy ve Gretzel, 2008; Kearns, Collins ve Bates, 2017; Mikkelsen ve Cohen, 2015; Mundet, Grijalvo ve Marin, 2023; Prideaux ve McClymont, 2006). Türkiye’de karavan turistlerin seyahat motivasyonuna ilişkin yapılmış çalışmalar bulunsa da (Kenar, 2023) ilgili literatürün oldukça sınırlı olduğu dikkat çekmektedir.

Ülkemizin kamp ve karavan turizmi açısından son yıllarda giderek gelişmekte olduğu düşünüldüğünde bu alanda yapılan araştırmaların da önemi ortaya çıkmaktadır. Nitekim Türkiye, karavan turistlerin ihtiyaç duyduğu kaplıca, göl, şelale ve dağlar gibi doğal

çekiciliklere sahip olan bir ülkedir. Bu imkânlar açık alan rekreasyonu olarak gerçekleşen karavan turizmi potansiyelini ortaya koymaktadır. Sahip olunan bu potansiyele rağmen karavan turistlerin imkân ve ihtiyaçlarını karşılayacak yeterli tesis ve donanım bulunmamakta, akademik anlamda yapılan çalışmaların da yetersiz olduğu düşünülmektedir. Nitekim karavan turistlerini bu seyahatlere iten veya çeken motivasyon faktörlerinin tespiti, karavan turistlerinin yerel yönetimlerin hizmetleri ve karavan kamp alanı altyapısına yönelik beklentilerinin tespiti, kamp ve karavan turizminin gelişimi için önem arz etmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmada, karavan turistlerinin karavanla seyahati tercih etmelerinde rol oynayan iten ve çeken motivasyon faktörlerini (Dann, 1977) tespit etmek amaçlanmaktadır. Öte yandan karavan turistlerini daha yakından tanımak ve karavanla tatil detaylarını anlamak amacıyla, bu kişilerin gündelik hayat içindeki yerleri ve ilgi alanları ile karavanla seyahat süresince vakit geçirme şekillerinden, seyahat/konaklama tercihlerine kadar geniş bir yelpazeye sahip ikincil bir amaç bulunmaktadır. Bu amaç, fenomenolojik desenin amacına uygun bir şekilde, ortaya bir karavan turisti profili çıkarmaya yardımcı olmaktadır. Bununla beraber, sahip olduğu çekicilikler ile kamp ve karavan turizmine yönelik ciddi potansiyeli düşünüldüğünde, Türkiye'nin sahip olduğu kamp ve karavan turizm potansiyelinin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu sebeple Türkiye'deki karavan turistlerinin yaşadığı sorunların tespit edilmesi de çalışma kapsamına dâhil edilmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Karavan Kavramı ve Kamp-Karavan Turizmi

Bireylerin hayatlarını sürdürebilmeleri için yeme, içme ve barınma gibi temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayabilmesi gerekmektedir. Karavanlar, bu temel ihtiyaçları karşılayacak potansiyelde tasarlanmış; yatak, mutfak, duş, tuvalet, lavabo ve oturma alanı donanımlarına sahip olan, motorlu aracın iç mekân ölçülerine elverişli olarak tasarlanan mobil tatil araçlarıdır (Altan, 2007). Genellikle seyahat ve tatil amacıyla kullanılan karavanlar; ısıtma, aydınlatma, havalandırma gibi ihtiyaçların karşılanmasına uygun biçimde tasarlanmaktadır. Karavan gibi tasarımlar sabit mekânlardan farklı olarak, hareket halindeyken dahi yaşamsal ihtiyaçların karşılanmasına ve sürdürebilmesine imkân oluşturmaktadır (Sever, 2020). Sınırlı iç mekânın yaşam koşullarına elverişli tasarımı ile tekerlekli bir konut haline gelen karavanların, seyahat sonrası güvenli bir biçimde konaklayabilmesi için karavan kamping alanları bulunmaktadır. Bu kamp alanlarında karavancılardan temiz su, elektrik, duş, tuvalet, pis su tahliyesi ve benzeri ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik gerekli altyapı ve donanımlar bulunmaktadır (Altan, 2007).

Karavanla seyahat eden bireyler için çeşitli seçenekler mevcuttur. Karavan turistleri tarafından kimi zaman karavanın kiralanması tercih edilirken kimi zaman ise karavana dönüştürmeye uygun mobil araçlar tercih edilmektedir. Bir diğer seçenek ise karavan firmalarından hazır karavan satın alınmasıdır (Önder ve Süri, 2022). Temelde iki tip karavan çeşidi vardır. Bunların birincisi çekme karavan, ikincisi ise moto-karavanlardır. Çekme karavan motorlu, çekici bir aracın arkasına bağlanılarak çekilen römork şeklindeki karavanlardır. Bu karavanlar, bir yerden bir yere kolaylıkla taşınabilmesi ve araçtan ayrılıp istenilen yere park edilebilmesi gibi özelliklerinden dolayı genellikle uzun konaklamalı tatiller için tercih edilen karavan tipidir. Moto-karavanlar ise çekme karavanlar gibi herhangi bir çekiş aracına ihtiyaç duymayan, yaşam alanı sürücü mahalli ile birlikte tasarlanmış herhangi bir motorlu taşıta sahip karavanlardır. Karavan turistleri arzu ettikleri seyahat ve konaklama biçimlerine göre kendilerine en uygun karavan seçeneğini belirledikten sonra karavan turizmi için konaklama alanının nitelikleri ön plana çıkmaktadır. Nitekim karavan turistleri seyahatlerinin sonunda güvenli bir şekilde konaklayacağı kamp alanlarına ihtiyaç duymaktadır. Kampingler/kamp alanları; karayolları güzergâhlarında veya yakın çevrelerinde, kent girişlerinde, deniz, göl, dağ ve benzeri doğal güzelliği olan çekim alanlarında kurulmuş mekânlardır. Karavan ile konaklama genellikle kamp alanları içerisinde yapılmaktadır ve bu sebeple ilgili literatürde "kamp ve karavan turizmi" olarak değerlendirilmektedir (Şengel ve diğ., 2020). Farklı ülke ve kültürleri görmek amacıyla seyahat eden bireylerin ulaşım, yeme-içme ve konaklama ihtiyaçlarını

karşılmak için karavanları veya çadırlarıyla gerçekleştirdikleri ziyaretler kamping ve karavan turizmini meydana getirmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Kamp ve karavan turizmi, turizm faaliyetlerine karavan veya çadırları ile katılım sağlayan bireylere yönelik park ve konaklama imkânı sağlayan özel donanımlı kamp alanları denilen tesislerde gerçekleştirilen faaliyetleri kapsamaktadır (Şenol, 2011). Karavan turistleri ise seyahatleri sonucu gittikleri bölgede en az bir gece karavanında konaklayan ziyaretçiler olarak tanımlanmaktadır. Kentleşmeyle beraber hızlı yaşam biçiminin meydana getirdiği fiziksel ve psikolojik baskılardan kısa süre de olsa uzaklaşmayı hedefleyen karavan turistleri genellikle istediği noktada konaklamayı amaçlayan, bir yerlere bağlı kalmadan seyahat eden bireyler olduğu söylenebilir (Altan, 2007; Sommer, 2020). Kamp süresince kampçılar, kuş ve doğa gözlemciliği, doğa fotoğrafçılığı, balık tutma, yüzme, koşu, bisiklet veya kitap okuma gibi aktif veya pasif rekreasyonel aktivitelerle ilgilenirler (FICC, 2018).

1.2. Motivasyon Kavramı ve Karavan Turistlerinin Seyahat Motivasyonu

Motivasyon, “organizmayı davranışa iten, bu davranışların düzenliliğini ve sürekliliğini belirleyen, davranışa yön ve amaç veren, çeşitli iç ve dış etkenler ile bunların işleyişini sağlayan mekânizmalar” olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2001). Motivasyon, bireylerin belirli bir amaca ulaşmak üzere harekete geçip, kendilerini amaca ulaştıracak olan davranışa yönelmesi ve bu davranışı devam ettirmesi ile alakalı psikolojik bir süreçtir (Okumuş, 2013). Motivasyon kavramı genel olarak, arzu, istek ve ihtiyaçların tatminine yönelik harekete geçirmek ve bu rol davranışını sürdürme biçiminde ele alınmaktadır (Steers ve diğ., 2004). Kamp ve karavan turizmi şehirden kaçış, özgürlük arayışı, doğayı keşfetme, sosyalleşme, kendini gerçekleştirme ve benzeri motivasyon unsurları ile bir yaşam biçimi olarak alternatif turizm sahasında yerini almıştır (Bultena ve Taves, 1960; Counts ve Counts, 2004; Brooker ve Joppe, 2013). Karavan seyahati ve konaklama, doğa ile iç içe olmak, dinlenmek, yenilenmek ve kamp alanlarında çeşitli rekreatif aktivitelere katılımın sağlanabileceği rekreasyon biçimidir. Günümüzde farklı demografik özelliklere sahip kişiler tarafından tercih edilen karavan seyahatleri çok boyutlu bir rekreasyon deneyimine dönüşmüştür. Bu deneyimler kapsamında karavan turistlerinin seyahat motivasyonları ön plana çıkmaktadır. Turizm açısından motivasyon, bireylerin davranışlarının arkasında yatan itici ve çekici bir güç olup, turist davranışını anlayıp anlamlandırabilmeye yarayan bir değişken olarak tanımlanabilir (Iso-Ahola, 1982; Meng, Tepanon ve Uysal, 2008).

Bireylerin neden seyahat ettiklerini, nereye seyahat edeceklerini ve bu seyahate nasıl karar verdiklerini anlamak amacıyla seyahat motivasyonu ile ilgili birçok araştırma yürütülmüştür (Devesa, Laguna ve Palacios, 2010). Dann (1977)’ye göre, bireylerin seyahat etme motivasyonlarının arkasında itici ve/veya çekici faktörler bulunmaktadır. İtme faktörleri olarak kaçış, dinlenme, yenilenme, rahatlama, kişisel iyi oluş, merak, macera ve sosyal etkileşim ön plana çıkarken, çekme faktörleri olarak lokasyon seçimi, destinasyonun özellik ve imkânları veya doğal çekicilik alanları gibi çekici faktörler bulunmaktadır (Brooker ve Joppe, 2013; Crompton, 1998; Klenosky, 2002). Bu motivasyon unsurları tıpkı diğer turistler gibi karavan turistlerinin de karar verme sürecini (Sırakaya ve Woodside, 2005) ve kamptan elde edeceği kişisel tatmin seviyesini etkilemektedir (Dunn Ross ve Iso-Ahola, 1991; Yoon ve Uysal, 2005). Bu güdüler, kamp destinasyonlarını ziyaret etme arzusu oluşturmaktadır (Park, Yang ve Wang, 2019). Nitekim literatürde karavan turistlerinin, şehrin gürültülü yaşamından uzaklaşabilmek, doğada vakit geçirmek, yeni yerler keşfetmek ve yeni deneyimler yaşayabilmek için seyahat ettikleri ifade edilmektedir (Kenar, 2023; Sommer, 2020; Ötügen, 2010). Kamp ve karavan turistlerinin motivasyon kaynakları arasında; sosyal etkileşim, özgürlük arayışı, doğayla yeniden bağlantı kurma, olumsuz duygu ve durumlardan uzaklaşma ve hayatın monoton işleyişinden kaçma gibi unsurlar bulunmaktadır (Hardy, Hanson ve Gretzel, 2012; Hardy ve Gretzel, 2008; Sommer, 2020). Patterson, Pegg ve Mahadevan (2015) tarafından yapılan çalışmada, karavan turistlerinin, benzer yaşam tarzlarına sahip gezginlerle yoldaşlık etme, yeni yerler keşfetme, sosyal bir gruba ait hissetme ve keyif alma amacıyla seyahat ettikleri tespit edilmiştir. Kenar (2023) tarafından yapılan çalışmada ise, karavan turistlerini motive eden unsurlar arasında

hayata ilişkin bakış açısı, kalabalıktan uzaklaşma, zamansal ve mekânsal açıdan özgürleşme, konfor algısı ve insanlarla ilişki kurup farklı duygu durumlarını deneyimlemek yer almaktadır. Kamp ve karavan turizmi ülkemizde son yıllarda süratle gelişmekte olan bir turizm çeşidi olduğu göz önüne alındığında karavan turistlerinin seyahat motivasyonlarının belirlenmesi, karavanla gerçekleştirilen seyahatler için destinasyonların sahip olduğu potansiyelin ve Türkiye için kamp ve karavan turizminin sosyo-ekonomik açıdan incelenmesi akademik ve sektörel açıdan önem arz etmektedir.

1.3. Türkiye’de Kamp ve Karavan Turizminin Potansiyeli

Türkiye, sahip olduğu doğal güzellikler ve uygun iklim şartları ile kamp ve karavan turizmi için elverişli potansiyele sahiptir. Alternatif turizme imkân sağlayan çeşitli coğrafya özelliklerine sahip olması sebebiyle Ege ve Akdeniz bölgeleri kamp ve karavan turizmine en uygun alanlar olarak kabul edilmektedir (TOBB, 2021). Karavanla seyahat açısından potansiyel kitle ise; maceracı, doğayı seven, dinlenme ve eğlenmeyi amaçlayan karavan severlerden oluşmaktadır. Alternatif turizmin bir çeşidi olan kamp ve karavan turizminin en önemli özelliklerinden biri her gelir düzeyine uygun olarak turizm faaliyetlerine katılma imkânı sunmasıdır. Ülkemizde kampçılık daha çok ortalamanın altında gelir düzeyine sahip genç bireylerin tercih ettiği turizm çeşidiyken, karavan turizmi gençlere kıyasla daha yaşlı ve zamanı bol bireylerin tercih ettiği turizm faaliyetidir. Ayrıca otel fiyatlarındaki artış sonrasında kamp alanları uygun konaklama olanakları olarak ortaya çıkmaktadır. Karavan turistlerin istedikleri destinasyona seyahat edip arzu ettikleri yerde konaklayabilmelerinin yanında otel, motel, kruvaziyer vb. konaklama türlerine göre daha az maliyetli olması karavan turizmini cazip hale getirmiştir (Usta, 2001). Bu bağlamda, kamp ve karavan turizmi açısından potansiyel talep ve arzın incelenmesi son derece önemlidir. Türkiye’de 2021 yılı itibariyle trafik tescilli karavan sayısı 6744 çekme karavan ve 1247 moto-karavan olmak üzere toplam 7991’dir (TOBB, 2021). Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) tarafından yayınlanan 2019 Turizm Raporu incelendiğinde 2019 yılının il 9 ayında Türkiye’de Çadır/Kamping/Karavan alanlarını kullanan yabancı turistlerin sayısı 33.569’dur (TÜROFED, 2019). İstatistikler incelendiğinde Türkiye’de tatil ve diğer kısa süreli konaklama tesisi sayısı 696 iken kamp-karavan turizmine yönelik park hizmetleri sunan tesislerin sayısı 226 olduğu görülmektedir (TÜROFED, 2019). Bu veriler neticesinde Türkiye’de kamp ve karavan turizmi için çeşitli girişimlerin yer aldığı düşünülmektedir. Kamp ve karavan turizmi açısından Türkiye’nin gelişmekte olduğu varsayıldığında, özellikle ekonomik açıdan karavan turizmi hareketinin mahiyetinin kavranmasının yanında akademik ve sektörel anlamda gerekli adımların atılması oldukça önem arz etmektedir.

Karavan turizmi, diğer turizm ve konaklama biçimleriyle kıyaslandığında her ne kadar düşük maliyetli bir turizm faaliyeti olsa da günümüzde son derece lüks özelliklerle tasarlanmış “glamping” adı verilen kamp alanları hizmet sektöründe yerini almıştır. Türkiye’de az sayıda da olsa yüksek gelirli kimselere hitap eden bu tür kamplar bulunmaktadır (Olçay ve Turhan, 2017). Karavan turistleri konakladığı bölgede çeşitli ekonomik harcamalar yaparlar. Merkez bölgeleri, antik kentleri, köy alanlarını ve cazibe merkezi olan işletmeleri ziyaret ederek bu yerlerde yaptıkları harcamalar sonucu ziyaret edilen bölgeye ekonomik anlamda katkı sağlamış olurlar. Karavan turizminin benimsenmesi, yaygınlaşması ve bu sektöre yönelik alan ihtiyacının zamanla artması sonucu karavan turizminin ülke ekonomisine daha fazla gelir sağlayacağı düşünülmektedir. Karavan turizmi alternatif turizm kapsamında çevreci bir anlayışla gerçekleşen turizm türü olmakla beraber (Yılmaz, 1995: 32) kamp ve karavan turizmi gibi etkinlikler çevresel taşıma kapasitesini artırır niteliktedir (Korkmaz, 2001: 16). Açık alan rekreasyonu olan kamp ve karavan turizmi, aynı zamanda çevre dostu ve sürdürülebilirliğe katkı sağlayan bir ekorekreasyon/ekoturizm faaliyetidir. Şehrin yorucu telaşından kaçan karavan turistleri seyahatleri boyunca yeni yerler keşfetmekle beraber gittikleri bölgede aileleri ve/veya arkadaşlarıyla vakit geçirerek, halk ile veya kamp yapan diğer turistler ile tanışarak sosyalleşmektedirler (Hardy, Hanson ve Gretzel, 2012; Mannell ve Iso-Ahola, 1987; Ötügen,

2010; Sommer, 2020). Karavan turistleri tatilleri boyunca doğa ile bütünleşerek daha verimli vakit geçiren karavan turistleri psikolojik anlamda kendine güvenme, dinlenme, stres atma ve yenilenmeye fırsat bulurken öğrenme ve keşfetme süreci de kamp boyunca devam etmektedir (Foley ve Hayllar, 2007; Garst ve diğ., 2009). Tüm bu bilgiler ışığında karavan turistlerin seyahat etme motivasyonlarının anlaşılması, seyahat ve konaklama sürecinde yaşadıkları sorunların tespit edilmesine ilişkin çalışmaların yapılmasının, kamp ve karavan turizminin gelişimi açısından oldukça önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı ve Deseni

Bu çalışma, temel olarak psikoloji literatüründe yer alan iten ve çeken motivasyon unsurları kapsamında, karavan turistlerinin karavanla seyahat ve konaklamayı seçmelerine yönelik kendilerini iten ve çeken motivasyon unsurlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Dann (1977)’ye göre iten faktörler, turistleri bir destinasyona seyahat etmeye yönlendiren içsel faktörlerini (heyecan, kaçış, hobi, ilgi vb.), çeken faktörler ise turistleri bir destinasyona seyahat etmeye yönelik çeken doğal güzellik ve çekicilikleri (doğa, tarih vb.) ifade etmektedir (akt. Türkey ve Atasoy, 2021). Bunun yanında katılımcıların karavanla tatil deneyiminin detaylarını (katılım şekli, boş zaman değerlendirme tercihleri, vb.) anlamaya yönelik ikincil bir amaç bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye’de karavan turistlerinin yaşadığı sorunları tespit etmek, araştırmanın üçüncül amacını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, araştırma deseni olarak nitel araştırma yöntemlerine ait bir desen olan olgubilim (fenomoloji) deseni benimsenmiştir. Olgubilim, insanların belirli bir fenomen veya kavramla ilgili anlayışlarını, duygularını, bakış açıları ve algılarını ifade etmelerini sağlayan ve bu fenomeni nasıl deneyimlediklerini tanımlamak için kullanılan nitel bir araştırma desendir (Rose, Baby ve Parker, 1995). Fenomolojik desende, insanların bir olgu veya olayı deneyimledikten sonra veya denerken duygularını, düşüncülerini, anlamlarını, algılarını, davranışlarını anlama girişiminde bulunulur. Fenomoloji deseninin temelinde, “*bu insanlar için bu olgunun yapı ve deneyiminin özü nedir?*” sorusu yatmaktadır (Patton, 1990:80).

İten ve çeken seyahat motivasyonlarının fenomenolojik çalışmalar için kullanılması ise fenomenolojik sosyolojiye dayanmaktadır. Fenomenolojik sosyoloji, fenomenoloji yaklaşımını sosyolojik açıdan yorumlamaya ve anlamlandırmaya çalışan bir alandır (Akoğlan Kozak ve Kale, 2023). Akoğlan Kozak ve Kale (2023) turizm literatüründe yazılmış 44 fenomenoloji konulu çalışmayı inceledikleri araştırmalarında, fenomenolojik sosyolojinin öncülleri olarak 7 boyuttan bahsetmiştir. “*İtici ve çekici seyahat motivasyonları*”nın da bu boyutlardan biri olan “*amacıyla ve çünkü*” güdülerinin alt kavramı olduğu belirtilmektedir. İlgili desen ışığında, araştırmacılar tarafından katılımcıların karavanla seyahat ve konaklama deneyimlerine ilişkin algı, duygu ve bakış açılarını öğrenmek ve bu perspektiften ortaya çıkan iten-çeken seyahat motivasyonlarını anlamak amacıyla bu desen benimsenmiştir. Öte yandan, araştırmada bunun yanında karavan turistlerinin tatil deneyimlerinin detaylarının merak edilmesi ve buna dair sonuçlara ulaşılması da yine araştırmada kullanılan deseni belirleyen destekleyici bir unsur olmuştur. Bu araştırmanın çalışmanın evrenini seyahat ve konaklamalarını karavan ile gerçekleştiren Türkiye’deki karavan turistleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda, amaca dayalı örnekleme belirleme yoluyla Sapanca’da gerçekleştirilen karavan festivaline gelen karavan turistlerinden gelişigüzel örnekleme yoluyla seçilen 21 kişi örnekleme dâhil edilmiştir.

2.2. Araştırma Süreci

Bu araştırmada veri toplama tekniği olarak mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat formunda katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin soruların yanında 11 tane açık uçlu soru bulunmaktadır. Ölçek formunda yer alan bu açık uçlu sorular, katılımcıların karavanla seyahat ve konaklamalarına ilişkin tercih nedenleri, seyahat sıklık ve şekilleri, destinasyon tercihleri, karavanla konaklama esnasında boş zaman değerlendirme tercihleri, yoğunluk ve sosyallik

açısından kişisel perspektiften öz değerlendirmeleri ve karavancılığa dair yaşadıkları sorunları içermektedir. Araştırmanın mülakat soru formunda, fenomenolojik desen gereğince, katılımcıların karavanla seyahat ve konaklama olgusuna ilişkin algı, duygu ve bakış açılarını belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Ayrıca katılımcıların karavanla seyahat ve konaklama motivasyonlarını anlamaya ilişkin Dann (1977)'in iten ve çeken faktörler olarak belirlediği seyahat motivasyonlarından yararlanılarak soru formuna birtakım sorular eklenmiştir.

Araştırmanın verileri 18-22 Mayıs 2022 tarihleri arasında Sapanca'da düzenlenen Kamp ve Karavan Festivali'ne katılan kamp ve karavan turistlerinden elde edilmiştir. Festival organizatörlerinden, araştırmaya dair amaçlar ve süreç bilgisi aktarılarak verilerin toplanması için izin alınmıştır. Üç gün boyunca kamp alanında bulunulmuş, görüşme talebini kabul eden karavancılarla bizzat kamp ortamında ve karavanlarının önünde görüşülmüştür. Görüşmelerde iki araştırmacı birlikte yer almış, ses kaydına izin veren katılımcıların sesleri kaydedilmiş, izin vermeyenlerin yanıtları ise not tutularak kayıt altına alınmıştır.

Nitel araştırmalarda araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği için sayısal verilerden yararlanılmaktadır. Nitel araştırmalarda ise bu mümkün olmamaktadır. Bu anlamda nicel araştırmalarda kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik ifadesinin yerine nitel araştırmalarda, inanılabilirlik, sonuçların doğruluğu ve araştırmacının yetkinliği gibi ifadelerin kullanılması söz konusudur (Krefting, 1991; akt. Başkale, 2016). Buna göre bu çalışmanın içsel tutarlılığını (inanılabilirlik) sağlamak amacıyla araştırmacılar veri toplama sürecinde, üç gün süren ilgili festivalin tüm günlerinde sahada yer alarak veri toplama sürecini uzun tutmuşlardır. Bu sayede katılımcılar hakkında daha fazla bilgi sahibi olunarak, olası araştırmacı önyargıları kontrol altına alınmış ve mülakat esnasında verilen cevaplara karşı derinlemesine bir anlayış geliştirilmiştir. Öte yandan Houser'e (2015) göre, araştırmacının sürekli aynı ortamda kalması karşılıklı güvene dayalı dostça bir ilişkinin kurulmasını ve doğru/eksiksiz yanıtlar alınmasını sağlamaktadır (akt. Başkale, 2016). Dolayısıyla araştırmacıların festival boyunca sahada geçirdikleri uzun süre, alınan yanıtların inandırıcılığını güçlendirmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler katılımcı ifadelerine doğrudan sadık kalınarak transkripsiyon edilmiştir. Bu şekilde özgünlük korunarak bir diğer açıdan geçerliliğin artırılması sağlanmıştır (Baltacı, 2019). Verilerin yorumlanmasında içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, toplanan verilerin ayrıntılı bir şekilde incelenerek belirli fenomenleri tanımlamak ve ölçmek için sözlü, görsel veya yazılı verilerden geçerli çıkarımlar yapmak amacıyla sistematik ve nesnel bir araç sağlayan bir araştırma yöntemidir (Wambolt, 1992; akt. Bengtsson, 2016). İçerik analizinde katılımcılar tarafından en sık tekrarlanan ve yoğun olarak vurgu yapılan kavram, olgu ve olaylara odaklanarak kodlar çıkarılır. Daha sonra bu kodlardan kategoriler oluşturularak kategorilerden temalara gidilmektedir. Özetle içerik analizi, katılımcı verilerinin incelenmesi sonucu birbirine benzeyen ve ilişkisi olduğu düşünülen kodlar, kavramlar ve temaların bir araya getirilerek yorumlanması olarak tanımlanabilir (Bengtsson, 2016; Crabtree ve Miller, 1999; Merriam ve Grenier, 2019; akt. Baltacı, 2019). Bu kapsamda; katılımcıların sorulara verdikleri cevaplara göre içerik analizi yapılarak tema ve kategoriler belirlenmiştir. Bu tema ve kategoriler, cevapların kümelendiği ana konular belirlenerek şekillendirilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların kişisel özelliklerine dair bir takım belirleyici sorulara göre; katılımcıların 15'i erkek, 6'sı kadınlardan oluşmakta ve yaş aralıkları 36 ile 67 arasındadır. Yaşanılan ile göre 1 katılımcı hariç hepsinin büyükşehirlerde yaşadığı görülmektedir. Katılımcıların 18'i evli, 3'ü bekâr olduğu, 13 katılımcının lisans ve lisansüstü, 8 katılımcının lise ve ortaokul düzeyinde eğitim aldıkları görülmektedir. Karavanla seyahat şekillerine bakıldığında bir katılımcının tamamen yalnız, diğer tüm katılımcıların ise eş, aile ve arkadaşlarıyla seyahate çıkmayı tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların ortalama seyahat sürelerine incelendiğinde 1 katılımcının tamamen karavanda yaşadığı, 13 katılımcının 15 gün ve üzeri, 6 katılımcının ise 15 günden

daha az süreyle seyahat ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların seyahate çıkma sıklıklarına göre 12 katılımcının yılda 15 defadan az, 6 katılımcının yılda 15 defadan çok karavanla seyahat ettiği ve 2 katılımcının bu soruya yanıt vermediği görülmüştür. Katılımcıların ne zamandır karavan ile seyahat ettiklerine bakıldığında ise en uzun süredir karavanla seyahat eden katılımcı 20 yıl, en kısa süreye sahip katılımcı ise 1 aydır karavanla seyahat etmektedir. Araştırmaya katılanların kişisel özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya katılanların kişisel özellikleri

Yaş	Cinsiyet	Yaşadığı Şehir	Medeni Durum	Meslek	Eğitim	Karavan Seyahati Şekli	Ortalama Seyahat süresi (gün)	Seyahate çıkma sıklığı (yılda)	Karavanla ne zamandır seyahat etme tercihi	
01	36	Erkek	İstanbul	Bekâr	Mühendis	Yüksek lisans	Yalnız ve aile	2-3 gün	52 kez	1 aydır
02	67	Erkek	Sakarya	Evli	Matbaacı	Ortaokul	Aile ve komşu	19 gün	3 kez	6 yıl
03	41	Kadın	İstanbul	Evli	Diş hekimi yard.	Lise	Aile	1 ay	4 kez	1 yıl
04	46	Kadın	Bursa	Evli	Aşçı	Lise	Eş	20 gün	30 kez	3 yıl
05	61	Erkek	Kocaeli	Bekâr	Emekli memur	Lisans	Yalnız	Karavanda yaşıyor	Karavanda yaşıyor	3 yıl
06	41	Erkek	Kocaeli	Evli	Eğitimci	Lisans	Aile	5 gün	12 kez	2 yıl
07	39	Erkek	İstanbul	Evli	Mühendis	Lisans	Aile	2,5 ay	15 kez	4 yıl
08	51	Erkek	İstanbul	Evli	Doktor	Doktora	Aile ve arkadaşlar	6 ay	3-4 kez	4 yıl
09	51	Erkek	İstanbul	Evli	Matbaacı	Lise	Yalnız, aile, arkadaş	15 gün	--	3 yıl
10	49	Erkek	Kocaeli	Evli	Öğretmen	Lisans	Aile ve arkadaşlar	7-10 arası	--	2 yıl
11	54	Kadın	İstanbul	Evli	Pc muhasebeci	Lisans	Aile	4 gün	8 kez	2 yıl
12	41	Erkek	Sakarya	Evli	Bil. Mühendisi	Lisans	Arkadaş ve aile	1 hafta	10 kez	1 yıl
13	34	Kadın	Sakarya	Evli	İnşaat teknikeri	Yüksek lisans	Aile	15 gün-3ay	6 kez	1 yıl
14	63	Kadın	Sakarya	Evli	Ev hanımı	Ortaokul	Arkadaşlar	15 gün	2 kez	7 yıl
15	37	Erkek	Kütahya	Evli	Avukat	Lisans	Aile	3-4gün	25 kez	3 yıl
16	40	Erkek	İstanbul	Evli	Serbest meslek	Lise	Aile ve arkadaşlar	3 gün	15 kez	3 yıl
17	66	Erkek	Sakarya	Evli	Emekli	Lise	Aile ve eş	15 gün	10 kez	3 yıl
18	61	Erkek	İzmir	Evli	Ticaret	Lisans	Aile ya da arkadaşlar	20 gün	25 kez	20 yıl
19	57	Kadın	Kocaeli	Evli	Ev hanımı	Lise	Aile veya arkadaşlar	3-4 ay	1 kez	4 yıl
20	45	Erkek	İstanbul	Evli	Emlakçı	Lisans	Yalnız	1 hafta	12 kez	6 yıl
21	44	Erkek	Muğla	Bekâr	Elektrik mühendisi	Yüksek lisans	Arkadaşlar	3 ay	14 kez	2 yıl

Karavanla seyahat gibi belirli bir rekreasyonel tercihe yönelme durumu, kişilerin özel hayatlarında rekreasyonel eğilimleri ile ilişkili olabilir. Bu bakımdan katılımcıların evlerinde boş zaman değerlendirme alternatifleri ilk olarak sorulmuştur. Alınan yanıtlar karavan turistlerinin evlerinde zaten sportif, sanatsal ve hobi amaçlı değişik aktivitelerin içerisinde olduklarını göstermektedir (Tablo 2). Bunun yanında boş zamanını çocuklarına ayırdıklarını beyan eden katılımcılar da olmuştur. Sportif etkinliklerde yürüyüş ön planda gelmektedir. Sanatsal kapsamda kitap, film, müzik dinlemek gibi aktiviteler yoğun olarak tercih edilmektedir. Hobi kapsamında ise farklı türden eylemler ifade edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların evde boş zaman değerlendirme eğilimleri

	Spor	Sanatsal	Hobi	Çocuklarla ilgilenme
01	Boks, gelişim aktiviteleri			
02			Bahçede güller, minyatür araba koleksiyonu	
03	Yürüyüş			Çocuklarla ilgilenme
04	Yürüyüş	Yemek yapma	Otantik yerlerde yemek yeme Sosyal medya ve dijital uğraşlar	
05	Motosiklet	Fotoğraf kulübü üyesi		
06			Seyahat	
07	Koşu			
08			Hobisi olmadığını beyan etti	
09	Motosiklet			
10	Badminton			
11		Kitap okuma, film izleme		
12		Müzik ve sanat		
13		İç mimari ve dekorasyon		Çocuklarla ilgilenme
14		Resim yapma, örgü, film izleme		Torun bakma
15			Evcil hayvan bakımı, keklik yetiştiriciliği	
16	Doğa ve spor			
17	Futbol	Müzik dinleme, Kitap okuma	Bulmaca çözme, arkadaş toplantıları	
18		Ahşap oyma, tiyatro ve sinema, kitap, müzik		
19		Takı tasarım		
20	Spor			
21	Motosiklet			

Karavan turizmi sosyallik içeren bir aktivite olduğundan, çalışmada katılımcıların sosyal bir birey olup olmadıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. İfadelerden katılımcıların çok büyük bir kısmının, kendilerinin sosyal olduğunu düşündükleri görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Katılımcıların sosyal hayatlarına dair görüşleri ve genelde seyahate çıkma şekilleri

Sosyal	Değil	Seyahat partneri tercihi
01	Derinlikli ilişkilere odaklı, arkadaşı az	Uzağa gidecekse iyi anlaşabileceği birini tercih ediyor
02	Sivil toplum kurumlarına üyelikleri var	Kafa dengi birileri tercih ediyor. Eşi, dostu ile seyahat ediyor. Yalnızlığı sevmiyor.
03	Arkadaş canlısı	Yalnızlığın iyi geldiğini beyan ediyor ama genelde çocuklardan dolayı aile olarak seyahat ediyor.
04	Çok güzel dert dinler, eğlenceli ve keyifli	Çok kalabalık istemiyor, 3-4 kişi olsun yeterli.
05	Çok sosyal	Aileyi tercih etmiyor. Çünkü arkadaşlarıyla daha iyi uyduğunu düşünüyor.
06	Genelde sevilen biri	Aile ile olmak
07	Arkadaşlık ilişkileri kuvvetli biri	Aile ile vakit geçirmek
08	İçten ve arkadaş canlısı	Eş ve arkadaşlarla
09	Orta düzeyde sosyal	Bazen yalnız bazen arkadaşlarıyla
10	Çok sosyal	Aile ile
11	Sevilen biri ama arkadaş çevresi sınırlı	Aile ve arkadaşlarla
12	Sosyal	Sosyalleşebileceği birileri ile seyahat
13	Çok sosyal değil. Karavanı da bu yüzden tercih ediyor	Aile. Kalabalık arkadaş ortamlarından kaçıyor
14	Sevilen biri, arkadaşlık konusunda problem çekmez	Arkadaşlarla beraber olmak, eğlenmek, sohbet
15	Kolayca arkadaş edinir	Aile ile
16	Mükemmel	Bazen yalnız bazen aile veya arkadaşlarla
17	Zengin bir sosyal çevreye sahip	Aile ile
18	Oldukça sosyal	Her zaman aile ile
19	Sosyal, çok arkadaş var	Aile, arkadaş ve sohbet edecek kişiler
20	Muhteşem bir arkadaş. Çevresinde sevilir.	Kısa seyahatlerde arkadaşlar, uzun seyahatlere aile ile
21	Üst düzeyde sosyal	Arkadaşla, hem ekonomik hem paylaşımlı

Bahsedilen özellikler karavanla seyahatte sosyal bir paylaşım ortamının önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yargıyı katılımcı ifadeleri de desteklemektedir:

“Seyahate çıkmak apayrı bir deneyim ve insanları seyahatte tanıyorsunuz. Sorumluluk alan herkes ile seyahate çıkabilirim. Karavan karada yürüyen gemi gibi bir şey ve sorumluluğu çok fazla.” (K.01)

“Karavancılıkta en güzel husus bu arkadaşlık, komşuluk çok önemli. Karavancılık bana yardımlaşmayı öğretti. Şu an insanlar komşularını bile tanımıyor. Toplum bu hale geldi. Biz bu kültürü yaşatabilmek için karavancılığı tercih ettik.” (K. 16)

4.2. Karavanla Seyahate İlişkin Bulgular

Katılımcıların karavanla seyahat seçimlerinde etkili olan motivasyonları belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Elde edilen bulgular Tablo 4’te verilmektedir.

Tablo 4. Katılımcıları karavanla seyahate yönlüten motivasyonlar

	Hobi/ spor/ özel ilgi	Kaçış	Keyif/ tutku	Bağımsızlık/ Özgürlük	Rahatlık/ konfor	Pahalı olmama	Sosyalleşme	Merak/ Keşif
01	X	X	X	X				
02	X			X			X	
03			X	X	X			
04				X			X	
05		X	X	X		X		
06				X		X		
07	X		X		X			
08		X		X			X	
09			X		X			
10			X	X			X	
11		X		X				
12				X		X	X	
13				X				
14			X	X	X		X	X
15	X		X	X		X	X	X
16		X		X			X	
17			X	X				
18			X	X			X	
19			X	X				
20				X				
21			X					

Karavanla seyahate iten temel motivasyonlar olarak 8 alan belirlenmiştir. Bunlar; hobi/spor/özel ilgi, kaçış, keyif/tutku, bağımsızlık/özgürlük, rahatlık/konfor, pahalı olmama, sosyalleşmek ve merak/keşif motivasyonlarıdır. Her bir tema aşağıda katılımcı ifadelerine bağlı kalınarak açıklanmaktadır.

a) Hobi, Spor, Özel İlgi

Katılımcıların karavanla seyahati bir “kampçılık sporu” (K.15) ve “yetişkin hobisi” (K.01) olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Bunun yanında, “pandemiden de önce tercih edilmesi”nin vurgulanması (K.07) ve “hayalimdi benim” (K.02) şeklinde ifade bulması karavanla seyahatin bir hobi alanı, spor ve özel ilgi olarak tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Bu durumu bir karavan turisti şu şekilde aktarmaktadır:

“Birinci sebebi şu; karavan benim için oyuncak gibi, bir hobi. Çünkü karavanla seyahat ederken karavanla ilgili her şey ile ilgilenmeniz gerekiyor. Sırtınızda evinizi taşıyorsunuz. Benim için bu bir yetişkin hobisi.” (K.01)

b) Kaçış

Karavanla tatilde kaçış motivasyonu bazı katılımcılarca çok açık şekilde ve insandan kaçış boyutuyla ifade edilmektedir. Aşağıdaki ifade bunu ortaya koymaktadır:

“Karavan seyahatini insanlardan kaçmak için yapıyoruz, ne kadar az insan o kadar iyi.” (K.01)

Kaçışı daha genel ve dolaylı ifade edenler de söz konusudur. Bu kapsamda; farklılık, rutinin dışına çıkma, özgürlük (K.01), daha önceki aktivitelerinden vaz geçip karavanda yaşamaya başlamak (K.05), karavan ile insanlardan kaçmak (K.08), yoğun hayattan kaçmak için karavanı tercih etmek (K.11), kalabalıktan uzaklaşıp kaçmak... insandan uzak olmak (K.16) için karavanla seyahatin tercih edildiği ifade edilmektedir.

c) Keyif/ Tutku

Karavanla seyahate iten unsurlardan en sık vurgulananlarından birisi de keyif duygusudur. Katılımcıların karavanla seyahatin sunduğu keyif duygusunu veciz şekilde tarif ettikleri de görülmüştür. Bunlardan birisi şu şekildedir:

“İş gereği vs. tabi otellerde de kaldık aslında oraları da biliyoruz fakat buradaki keyfi otellerde bulamıyoruz. Burada yeşilliktesiniz, toprağa basıyorsunuz, dostluklar çok daha samimi oluyor. Otellerde bu ilişki asansörde merhaba demekten öteye gitmiyor. Yeni insanlarla karşılaşıyoruz, kahvaltılar yapıyoruz çok güzel bir ortam oluyor. Dolayısıyla çok keyifli bir alan.” (K. 18)

Bahsedilen örneğin yanında keyif/ tutku kapsamında; *küçük alanda her şeyi kendi yapmak, kendi kendine yetmek* (K.01), *çok keyif almak* (K.03), *güzel yerler görüyor olmak, gezmeyi de sevmek* (K.05), *kendi yemeğini yapmak* (K.07), *doğa ile iç içe olmak* (K.07, K.09, K.14), *doğa sevgisi/tutkusu* (K.10), *kapını açtığına direkt doğada olmak* (K.15), *sade bir yaşam, daha az metrekarede yaşamak* (K.17), *keyif, karavanla yeşilikte olmak, toprağa basmak, dostlukların çok daha samimi olması* (K.18), *doğada olmak, hareketli olmak* (K.19), *doğada olmak* (K.21) vurguları yapılmıştır.

d) Bağımsızlık/ Özgürlük

Özgürlük teması en sık vurgulanan temadır. Katılımcılar nezdinde karavanla seyahate iten en önemli unsur özgürlük hissidir denebilir. Bu durumu farklı katılımcılar aşağıdaki şekilde aktarmaktadır:

“Hiçbir şeye bağlı olmamak. Mutlu olmazsanız karavanınızı başka bir yere çekebiliyorsunuz... Otele veya insanlara bağlı değilsiniz. Tamamıyla kendinize bağlısınız. Bu bence çok büyük bir özgürlük, en büyük sebebi özgürlük.” (K.01)

“Karavanda özgürlük var. Otele gittiğinizde günlük şeylere tabisiniz. Sabah kahvaltısına yetiş, öğlen yemeğine yetiş, dondurma saatine yetiş...” (K.02)

“Ben otele gidip o sabahın 8’inde otele gidip yemek sırasında beklemekten, havuza girmek için elimde havluyla şezlong sırası beklemekten, o havuz başında çoluk çocuk sesinden nefret ediyorum. Fakat ben karavanımda istediğim saatte uyanıyorum, istediğim saatte kahvaltımı yapıyorum, istediğim saatte varsa denize giriyorum... Kimse bana hadi şu saatte şu yapılacak demiyor. Bu bir özgürlüktür, özgürsünüz. Bakın bundan başka ben otelde hiçbir zaman misafir ağırlayamam ama burada kahve yapıyorum ikram ediyorum sadece bugün 30 defa kahve pişirmiş misafirlerime içirmişimdir. Karavancılıkta diğer karavancılarla karşılıklı alışveriş durumu da var mesela yiyecek veriyorsunuz sandalye alıyorsunuz ama otelde bu da mümkün değil.” (K.04)

“Karavan bağımsız. Otelde doluluk veya rezervasyon problemi var karavanda ise istediğim zaman kafama esince gidebiliyorum.” (K.11)

Özgürlük teması kapsamında; *oteldeki süre şartlarına bağlı kalmama, istediği zaman istediği şeyleri yapabilme, özgür olma* (K.01, K.02, K.18, K.20), *özgürlük, istediği yerde konaklayabilme, istediği yere seyahat edebilme* (K.06, K.08, K.12, K.13), *karavanın özgür hissettirmesi* (K.14, K.15, K.16.), *oteldeki süre şartlarına bağlı kalmama, özgür olma* (K.03), *diğer karavancılarla etkileşim ve ikram* (K.04), *karavanın bir felsefesi var olması* (K.05), *istediği yere çekebilme, beğenmediğin yerden hareket edebilme, elektrik ve tuvalet imkânlarının var olması* (K.10), *karavanın bağımsızlık sağlaması, istediği zaman tatile çıkabilme* (K.11), *özgürlük, dilediği yerde konaklama ve değişik yerler görme* (K.17), *özgürlük, otelde baskı altında hissetme* (K.19) vurguları yapılmıştır.

e) Rahatlık/Konfor

Rahatlık/konfor kapsamında vurgulanan unsurlar şunlardır: *Kendini rahat hissetmek* (K.03), *evini yanında taşımak, gittiği yerlerdeki tarihi yerleri ziyaret etmek ve karavana/evine dönmek* (K.07), *duş, tuvalet, mutfak vb. hepsinin içinde olması* (K.09), *5 yıldızlı otelde ve evde*

olan her şeyin karavanda olması (K.10), karavan daha rahat (K.14). Rahatlık/konfor temasına aşağıdaki katılımcının ifadeleri örnek olarak gösterilebilir:

“Evimi kaplumbağa gibi sırtımda taşıyıp istediğim yere gidebiliyorum. Onun rahatlığı var ve istediği yerde, istediğim manzaranın karşısında konaklayabiliyoruz.” (K.13)

f) Pahalı Olmama

Karavanla tatilin alternatiflerine göre daha ucuz olduğu da vurgulanmaktadır. Bu kapsamda; *çok maliyetli değil, lüks bir karavan almazsanız tabi* (K.05), *daha az maliyetli* (K.06), *otele göre çok daha ekonomik* (K.12), *daha ekonomik, kendi çayını, yemeğini otel veya restorandan daha ucuza getiriyor* (K.15) ifadeleri öne çıkmaktadır. Pahalı olmama temasına aşağıdaki katılımcının ifadesi örnek olarak gösterilebilir:

“Karavan park alanlarındaki maliyetler çok uygun. Otelde kalamayacağınız uygun ücretlere karavan parklarda kalabiliyorsunuz.” (K.01)

g) Sosyalleşme

Sosyalleşme kapsamında (K.02, K.04, K.08, K.12, K.14); *çocukların elinden tableti, telefonu düşürüp diğer karavancı ailelerin çocuklarıyla arkadaşlık etmelerini sağlıyor olmak* (K.10), *aile ile bir arada olmayı sağlıyor olmak, çocuklarına da bu faydaları sağlamaya çalışmak* (K.15), *eski kültürümüzü gelecek nesle veya çocuklarımıza bu şekilde yansıtmayı yaşıyor olmak* (K.16), *yeni insanlarla görüşmek* (K.18) vurguları ifade bulmuştur. Sosyalleşme temasına aşağıdaki katılımcıların ifadeleri örnek olarak gösterilebilir:

“Aile ile beraber yapılan yolculuklarda, konaklamalarda sofralar kurup oralarda edilen sohbetlerin keyfi çok başka... Sosyalleşme olarak çok olumlu etkileri var.” (K.03)

“...sosyal ilişkiler ve bu yakınlık ortamını ifade etmektedir. Apartmanlarda bile böyle bir dostluk arkadaşlık ortamı yok.” (K. 04)

h) Merak/Keşif

Merak, her seyahat eyleminde olduğu gibi karavanla seyahatte de motive edici bir faktördür. Bu kapsamda; *merak duygusu* (K.14) ve *yeni yerler keşfetme* (K.15) vurgulanan merak/keşif güdüleridir. Merak/keşif temasına aşağıdaki katılımcıların ifadeleri örnek olarak gösterilebilir:

“Karavanla seyahat etmek benim için doğanın içinde olmayı ve merak duygusu ifade etmektedir.” (K.16)

“Özellikle gittiğimiz lokasyonlarda çevre keşifleri yapıp o mekânları geziyoruz.” (K.18)

Karavanla seyahati teşvik eden itici unsurlar yukarıda motivasyonlar kapsamında incelenmiştir. Bunun yanında çekici unsurlar olarak hedef bölge özellikleri ve çekicilikler sorgulanmıştır. Katılımcıların hedef bölge seçiminde dikkate aldıkları çekici unsurlar Tablo 5’te sunulmaktadır. Bu kapsamda; yaşanan yere yakınlık, yeşil alanlar, konforlu park alanları, insandan uzak alanlar, deniz/göl kenarları, istenen herhangi bir yer, tarihi yerler, güvenli yerler ve ulaşım olanakları tespit edilen boyutlardır.

Tablo 5. Karavanla seyahatte tercih edilen hedef bölge/destinasyon ya da çekicilikler

	Yaşanan Yere Yakınlık	Yeşil alanlar	Konforlu park alanları	İnsandan uzak	Deniz/göl kenarı	İstenen herhangi bir yer	Tarihi yer	Güvenlik	Ulaşım olanakları
01	X	X	X	X					
02						X			
03		X			X	X			
04		X				X	X		
05					X				
06		X			X				
07		X					X		
09		X			X				
10	X		X		X			X	
12		X							X
13		X		X					
14		X	X						
15					X			X	
16		X			X	X			
17		X			X	X		X	
18		X			X			X	
19					X				
20					X				
21		X							

Yaşanan yer yakınlık kapsamında akaryakıt fiyatlarının yüksekliğine bağlı maliyet hesaplarının da etkili olduğu (K.10) ifade edilmiştir. Yeşil alanlar; yeşillik (K.01, K.03, K.04, K.09, K.14, K.16), orman, doğa (K.06), doğa ve bakir alanlar (K.07), doğal güzellikler (K.12), manzaralı, doğa ile iç içe (K.13), doğa, tabiat (K.17), doğa (K.18), şelaleler, kanyonlar vb. doğal güzellikler (K.21) şeklinde de ifade edilmektedir. Konforlu park alanları; park alanları (K.01), elektrik, su imkanları (K.10), tesis imkânı, çamaşır makinesi, tuvaleti, duşu olsun (K.14) şeklinde detaylandırılmaktadır. İnsandan uzak yerler; insandan uzak (K.01), sakin yerler (K.13) ifadeleriyle anlatılmaktadır. Deniz/göl kenarı boyutu; Deniz (K.03, K.05), Ege (K.06), Muğla, Çeşme, Edremit (K.10), Deniz, koylar (K.17), Göl (K.18) kavramlarıyla ifade edilmiştir. İstenen herhangi bir yer vurgusu; Ülkenin her yeri (K.02), İstenen herhangi bir yer (K.03), Yolda dikkat çeken yerlerde durma (K.04, K.16), İstendiğinde konser gibi etkinlikler (K.17) şeklinde ifade edilmiştir. Tarihi yer vurgusu (K.04, K.07) iki katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Dört katılımcı güvenlik vurgusunu güvenlik kavramını doğrudan ifade ederek ortaya koymuşlardır. Bir katılımcı da ulaşım olanaklarını çekici unsur olarak gidilen yer seçiminde etken olarak tanımlamıştır.

Gidilen yer, hedef bölge seçimi ve çekicilikler konusunda sorulan sorulara verilen yanıtlardan karavanla seyahatte hedef /rota planlama konusunda da yanıtlar alınmıştır. Bu kapsamda bazı katılımcılar tamamen planlı hareket etse de daha fazla bir kısım varış noktasından ziyade yoldaki uğrakların önemli olduğu daha esnek bir güzergâh tercihinin söz konusu olduğunu ifade etmektedir. Bunu şu ifadelerden çıkarsamak mümkündür:

“Varış noktasından ziyade o güzergâh/yol bizim için önemli olan.” (K.07)

“Çok ana bir rotamız hep oluyor. Mesela diyoruz ki İzmir’den çıkacağız şu şu şehirlerden geçeceğiz diyoruz ama detaylar yollarda belirleniyor.” (K.18)

Diğer yandan, yola çıktıktan sonra daha önce görülmemiş ve bağlantılarının olmadığı yerlerde güvenlik endişelerinin belirleyici olabildiği de görülmektedir. Bu durumu iki katılımcı aşağıdaki şekilde ifade etmektedir:

“Yere karar verme hususunda tedirginlik oluyor.” (K.11)

“Bilmediğimiz yerlerde bir güven kaygısı ister istemez oluyor. Daha önceden bildiğimiz güvenli yerler var oraları düşünüyoruz.” (K. 18)

4.2.1 Karavanla Tatil Deneyiminin Detaylarına İlişkin Bulgular

Karavanla tatil deneyiminin detaylarını anlamak adına katılımcıların tatil sürecinde neler yaptıkları sorulmuştur. Yanıtlar; fiziksel aktivite, kahvaltı, ateş yakmak, sosyalleşme, doğayla irtibat, dinlenme, sanat/entelektüel aktiviteler, çevre/şehir gezileri başlıkları altında toplanmaktadır (Tablo 6). Fiziksel aktiviteler kapsamında; yürüyüş (K.01, K.16, K.21), balık tutma (K.03), bisikletle gezme (K.05), çocuklarla oyun (K.06, K.07, K.13), denize girme, çocuklarla oyun (K.09), bisikletle gezme, voleybol tarzı oyunlar oynama (K.10), denize girme (K.11), yürüyüş, denize girme (K.18), sabah koşusu (K.20) ifade edilmektedir. Kahvaltı yapma (K.01, K.18, K.20) katılımcılarca özellikle vurgulanan bir eylemdir. Ateş yakmak; ateş, mangal (K.01), müzik, ateş (K.10) şeklinde dile gelmektedir. Sosyalleşmek en sık vurgulanan temalardan biridir. Bu kapsamda; sohbet (K.01, K.03, K.04, K.19), sohbet, yeni arkadaşlıklar (K.02), arkadaşlarla sosyal aktiviteler (K.08), aile ve arkadaşlarla vakit geçirme (K.17), sosyal aktiviteler (K.18) kavramlarıyla ifade edilmiştir. Doğayla irtibat; doğayla buluşma (K.01), doğayı keşif (K.11, K.12), gölü izleme (K.20) şeklinde dile gelmiştir. Dinlenme, bir yerde gölgede dinlenme (K.01), diğer iki katılımcıda dinlenme (K.02, K.19) şeklinde ifade edilmiştir. Sanat/entelektüel aktiviteler kapsamında; kitap okumak (K.03, K.06, K.16), Fotoshopla uğraşmak (K.05), kitap okumak, film izlemek (K.07), resim yapmak (K.11) olarak ifade edilmiştir. Çevre/ şehir gezileri kapsamında ise; tarihi yerleri ziyaret (K.03), gidilen yerdeki gezilecek-görülecek yerleri ziyaret (K.13), tarihi yerleri çevreyi gezme (K.14), şehri kültürel olarak keşfetme (K.15), çevre keşifleri (K.16), çevre gezileri (K.18) olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6. Karavanla tatil sürecinde temel faaliyetler

	Fiziksel aktiviteler	Kahvaltı	Ateş yakmak	Sosyalleşme	Doğayla irtibat	Dinlenme	Sanat/entelektüel aktiviteler	Çevre/Şehir gezileri
01	X	X	X	X	X	X		
02				X		X		
03	X			X			X	X
04				X				
05	X						X	
06	X						X	
07	X						X	
08				X				
09	X							
10	X							
11	X				X		X	
12					X			
13	X							X
14								X
15								X
16	X						X	X
17				X				
18	X	X		X				X
19			X	X		X		
20	X	X			X			
21	X							

Karavanla tatilde sosyalleşme faaliyetlerinin yoğunluğu dikkat çekicidir. Doğal ortamlarda daha fazla dinlenme ve fiziksel etkinliğe yönelimin olması mantıklıdır. Ancak sosyalleşmeye yönelim de önemli bir eğilimi yansıtmaktadır. Katılımcıların bu konuda kurdukları cümleler konunun anlaşılmasına katkı sağlayacaktır:

“...sosyal ilişkiler ve bu yakınlık ortamını ifade etmektedir. Apartmanlarda bile böyle bir dostluk arkadaşlık ortamı yok.” (K. 04)

“Karavancılık insanlara bir arada yaşamayı aşıyor. Herkes birbirine saygılı. Komşuluk kültürü yaşıyoruz, insanlar yardımcı oluyor, esirgemiyor. Karavan kültürünün teşvik edilmesini istiyorum. Yolda olmak insana inanılmaz şeyler öğretiyor.” (K.07)

“Biz böyle yerlerde vaktin nasıl geçtiğini anlamıyoruz. Beraber kahvaltılar, kahve içmeler, yürüyüşler gibi sosyal aktiviteler yapıyoruz. Kampta ise denize girmek, çevreyi gezmek.” (K.18)

4.3. Türkiye’de Karavan Turistlerinin Yaşadıkları Sorun ve Eksikliklere İlişkin Bulgular

Katılımcılara Türkiye’de karavan turizminin gelişimi konusunda gördükleri eksikler veya sorunlar da sorulmuştur. Verilen yanıtların; Çöp, Tesis yetersizliği, fiziksel olarak yorucu olması, karavancının uygunsuz davranışları, ücretlerin fazlalığı, yerel yönetimlerle ilgili sorunlar, yerel halkın tepkisi ve karavancının maddi kısıtları başlıklarında toplanabileceği görülmüştür (Tablo 7).

Çöp konusunda vurgu yapanların büyük kısmı doğrudan karavan kullanım alanlarında biriken atıkları ve çöpleri kastetmektedirler (K.01, K.02, K.04, K.06, K.09, K.21). İlave olarak; genel temizlik (K.03) ve kullan-at malzemeler, atık su da bu kapsamda sorun olarak ifade edilmiştir (K.11). Tesis yetersizliği konusu; kamp ve karavan konaklama alanı yetersizliği (K.01, K.04, K.05, k.06, K.07), ilave olarak; tuvalet yetersizliği (K.03, K.14), tesislerde altyapı eksikliği (K.09), içme suyu, elektrik ve kullanım suyu hattı (K.15), park alanlarında geçici elektrik, temiz su, gider hattı, tuvalet, duş vb. imkânların eksikliği (K.16), atık boşaltılacak yerlerin eksikliği (K.19) şeklinde detaylandırılabilir. Fiziksel olarak yorucu olması konusunda bazı katılımcıların karavanla seyahatin yapısal bir yönünü sorun olarak gördükleri anlaşılmaktadır (K.01, K.03, K.08). Karavancının uygunsuz davranışları kapsamında; karavan kültürüne yabancılaşma (K.01, K.03, K.04, K.10), kamp alanına çöklenme (K.02), çevreyi kirletme (K.18), bir yeri aylarca işgal etme (K.19) konuları ifade bulmaktadır. Bu kapsamda özellikle karavan mantığı ve kültürüne yabancı karavancılar olduğu ve bunun şikâyet konusu olduğu vurgulanmaktadır. Ücretlerin fazlalığı kapsamında; geçiş ücretleri yüksek (K.01), mazot fiyatları yüksek (K.02), tesis fiyatları yüksek (K.04, K.06, K.10, K.15, K.19, K.20) denmektedir. Yerel yönetimlerle ilgili sorunlar olarak; belediyeler ve zabıta alan kullanım izni vermiyor (K.05), ruhsat alırken standartlar uygulanmıyor (K.07), belediyeler duyarsız ve adım atmıyor (K.12, K.16), Devlet düzenlemeleri eksik/kontrol eksik (K.18) vurguları yapılmaktadır. Yerel halkla sorunlar kapsamında; yerel halkın tepkisi (K.07), karavancıları gecekonducu gibi görüyor, pisletiyorlar diye sevmiyorlar (K.11) ifadeleri vurgulanmaktadır. Karavancının maddi kısıtları da bir katılımcı tarafından (K.08) bir sorun olarak ifade edilmektedir.

Tablo 7. Türkiye’de karavanla seyahat konusunda yaşanan sorunlar

	Çöp	Tesis yetersizliği	Fiziksel olarak yorucu	Karavancılarının Uygunsuz Davranışları	Ücretlerin fazlalığı	Yerel yönetimlerle ilgili sorunlar	Yerel halkla sorunlar	Karavancılarının maddi kısıtları
01	X	X	X	X	X			
02	X			X	X			
03	X	X	X	X				
04	X	X		X	X			
05		X				X		
06	X	X			X			
07		X				X	X	
08			X					X
09	X	X						
10		X		X	X			
11	X						X	
12		X				X		
13		X						
14		X						
15		X			X			
16		X				X		
17		X						
18				X		X		
19		X		X	X			
20					X			
21	X	X						

Tablo 7’de görüldüğü üzere Türkiye açısından karavanla seyahati çevreleyen sorunlar katılımcılar tarafından aşağıdaki örnekler çerçevesinde belirtilmektedir:

“Türkiye’ye çok gelmesine rağmen insanlar bu kültüre yavaş yavaş adapte oluyor ve karavan parkları sayesinde bu kültür tanınmaya başladı. Karavancılık bir yardımlaşma kültürü, anı paylaşma ve sosyalleşme sürecidir.” (K. 01)

“Bu işi kötü kullananlar da var, çevreyi kirletenlerde var ama onun haricinde karavancılığın pek zararı yok.” (K.03)

“Herkes çöpünü toplamıyor mesela, kirli su deposunu herkes döküm alanına boşaltmıyor ortalağa boşaltan da oluyor.” (K.04)

“Altyapı yetersizliği. Özellikle son iki sene çok kamp alanı açıldı ama hepsi problemliler, elektrik ve su problemleri var. Mesela her karavan için bir gider rögarının olması gerekiyor ama Türkiye’de her tesiste bunlar yok.” (K.09)

“Tatlı yorgunluklar oluyor. Ev konforundan çıkıyoruz, dar alanda işlerimizi görüyoruz... Psikolojik olarak çekme karavanda park yeri bulma gibi endişeler oluyor.” (K.16)

“Pandemi sonrası bu iş çok kontrolsüz büyüdü. Karavancılığın üreticiler, kamp işletmecileri ve karavancılar olmak üzere üç paydaşı var. Bu üç kesim de çok kontrolsüz büyüdü. Örneğin üretici ayağında devletin bir düzenlemesi ve kontrolleri yok. Bu sebeple kötü işler yapılıyor ve Türkiye bir karavan çöplüğüne dönüşüyor. Kamp işletmecileri tarafında kötü yönetenler ve kötü hizmet edenler var. Devletin bir kontrol ve denetim eksikliği var. Karavancılar tarafında ise biraz öz eleştiri yapmak gerek. Bu bir kültür ve doğa, çevre saygısı gerekiyor. Bunu yapmayan çevreyi kirleten bilinçsiz karavancılar var. Onun yanında benim karavanım var nereye istersem oraya çekerim gibi yanlış bir düşünce var.” (K.18)

“Karavan sahibi olmakla karavancı olmak ayrı bir şey. Karavancı bulunduğu yeri temizler, çevreye ve doğaya zarar vermez fakat bu kültür henüz tam oturmuş değil. Resmi bir federasyon olmadığı için insanlar karavan eğitimi alamıyor, karavancılar isteklerinden

bahsedemiyor. Gayri resmi gruplarda sadece karavancılığın güzel ve eğlenceli kısmı paylaşıldığı için insanlar eksikliklerin farkına varamıyor.” (19)

“Özellikle bayanlar için yorucu olduğunu düşünüyorum. Erkekler için de güç isteyen işler açısından yorucu oluyor ama sevince bunlar külfet gibi gelmiyor.” (K.19)

Bahsedilen özelliklerin yanında özellikle kamp alanları dışında kamp yapan karavancıların yaşadığı bir güvenlik endişesine dikkat çekilmektedir. Bunu iki katılımcımızın aşağıdaki görüşleri özetlemektedir.

“Sadece bazen ücra yerlerde güvenlik tedirginliği oluyor aile ile beraber olduğumuz için. Kamp yerlerde yüksek sesli müzik dinlenmesi vs. de sosyal maliyet diyebiliriz.” (K.10)

“Bazen korku oluyor” (K.14)

Katılımcıları karavanla seyahatlerinde kendilerini çok tatmin eden, unutamadıkları bir anıları sorulmuştur. Bu kapsamda paylaşımlarında; a) belli bir sorunla yüzleşme ve baş etme, b) sosyalleşme, yeni insanlarla tanışıp kaynaşma temalarının öne çıktığı görülmüştür. Örnek ifadeler aşağıda verilmektedir:

“İlk karavan aldığımında benzin istasyonuna gitmiştim. Neyse mazot aldık ama içimden diyorum ki bu depo neden dolmuyor bitmiyor. Yola koyulduk Antalya’ya gidiyorum, Pamukova’ya geldik araba tekmeye başladı. Sanayiye girdik. Meğer mazotu mazot deposuna değil su deposuna doldurmuşuz.” (K.02)

“Aile ile beraber yapılan yolculuklarda, konaklamalarda sofralar kurup oralarda edilen sohbetlerin keyfi çok başka... Sosyalleşme olarak çok olumlu etkileri var.” (K.03)

“Evde yastıklarımızı falan unuttuğumuz, pantolonlardan yastık yapıp yattığımız boynumuzun tutulduğu bir yolculuk vardı.” (K.04)

“Çok şiddetli bir yağmurda karavanla yolculuğa çıkmış ve konaklamıştık, çok yorucuydu ama ertesi sabah dinlenmiş bir şekilde uyanmıştık o deneyim çok farklıydı.” (K.07)

“Bataklığa batmıştık bir keresinde.” (K.09)

“Karda yolda kalan bir karavancı arkadaşımız olmuştu onu ben gidip almıştım onu. Yine Kırklareli’den dönerken karavan bozuldu, orada bırakıp başka araçla dönmek durumunla kalmıştık.” (K.10)

“İlk senemizde yabancı misafirlerle etkileşimde bulunup dil ve kültür paylaşımı olmuştu. Birçok arkadaş edindik.” (K.12)

“Bir keresinde motorda bir arıza oldu sonra fren sistemim bozuldu ve sanayiye misafir olarak gitmişim.” (K.20)

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada karavan turistlerinin kendilerine özgü tercihleri, tatil deneyimleri, seyahat motivasyonları gibi unsurları ortaya koyması açısından oldukça önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Aynı zamanda karavan turistlerinin kişisel/karakteristik özelliklerini de yansıtması açısından oldukça değerlidir. Öte yandan Türkiye’deki karavan turistlerinin yaşadıkları sorunların tespit edilmesi de yine çalışmayı değerli kılan bir diğer unsur olmaktadır.

Karavanla seyahat etmenin hususi bir rekreasyonel faaliyet olmasından dolayı, katılımcıların bireysel yaşamlarında da rekreatif faaliyetlere yönelen kişiler oldukları düşünülmüştür. Bunun için, katılımcıların mülakat sorularına verdikleri yanıtlara bakılarak, karavanla seyahat eden turistlerin gerçekten de sportif, sanatsal ve hobi amaçlı aktivitelerle ilgilendikleri ve rekreasyonel bir kimlik taşıdıkları tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2). Bu durum araştırmacıların ilgili varsayımını destekler niteliktedir.

Karavan turizmi sosyalleşmenin oldukça ön planda olduğu bir turistik faaliyettir. Dolayısıyla karavan turistlerinin bireysel yaşamlarındaki sosyallik durumu da araştırmanın merak konusu olmuştur. Nitekim bu duruma yönelik mülakatlardan alınan yanıtlarda,

katılımcıların neredeyse tamamının kendilerini sosyal veya çok sosyal olarak tanımladıkları görülmektedir. Öte yandan her ne kadar bir katılımcı karavanla seyahati sosyal olmadığı için tercih ettiğini beyan etse de (K.13), karavan turistinin arayışının bir parçasının da yeni arkadaşlar edinmek, sosyal ilişki ve becerileri güçlendirmek olduğu düşünülmektedir. Seyahat partneri olarak büyük çoğunluğun aile ile seyahati tercih etmesi, bir kısmının da arkadaşlarla seyahate yöneliyor olması da bu durumu kanıtlamaktadır. Tercihlerde de sosyalleşme temasına uygun düşen kavramlara vurgu yapıldığı görülmektedir (bknz. Tablo 3). İlgili literatürde de bu bulguyla örtüşen ifadeler bulunmaktadır (Bultena ve Taves, 1960; Brooker ve Joppe, 2013; Counts ve Counts, 2004; Sommer, 2020). Patterson, Pegg ve Mahadevan (2015) tarafından yapılan çalışmada karavan turistlerinin, benzer yaşam tarzlarına sahip gezginlerle yoldaşlık etme ve sosyal bir gruba ait hissetme amacıyla seyahat ettikleri tespit edilmiştir. Bu sonuçlar karavan turistlerin seyahat motivasyonunda sosyalleşmenin önemli bir etmen olduğunu ve karavanla seyahat eden turistlerin sosyal ilişkileri güçlü bireyler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bilgiler ışığında karavan turistlerinin insanlardan değil, şehrin yorucu hayat tarzından uzaklaşmak için seyahat etme eğiliminde olduğu da ifade edilebilir.

Katılımcıları karavanla seyahat etme ve konaklamaya yönlendirdiği tespit edilen motivasyon unsurlarının da literatürde yer alan iten ve çeken motivasyon faktörleri ile (Dann, 1977) paralellik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda karavan turistlerinin iten seyahat motivasyonlarının, hobi/spor/özel ilgi, kaçış, keyif/tutku, bağımsızlık/özgürlük, rahatlık/konfor, pahalı olmama, sosyalleşmek ve merak/keşif olmak üzere 8 temada toplandığı görülmüştür. Bu motivasyon unsurlarından bağımsızlık/özgürlük teması oldukça ön plana çıkmaktadır. Katılımcıların tamamına yakını karavanla seyahati “özgür olma” teması ile ifade etmişlerdir. Dolayısıyla karavan turistlerini “özgürlük arayışında olan bireyler” olarak betimlemek yanlış olmayacaktır. Buna paralel olarak literatürde de kamp ve karavan turislerinin seyahatlerinde özgürlük hissini deneyimlemeyi arzuladığı ve özgürlüğün bir motivasyon unsuru olduğu belirtilmektedir (Kearns, Collins ve Bates, 2017; Kenar, 2023). İsteddiği rotayı seçebilme, istediği yerde konaklayabilme ve seyahatin seyrine özgürce karar verme davranışlarında bulunan karavan turistlerinin özgürlüğü benimsediği ve bu sebeple yollara düştüğü söylenebilir. Özgürlük teması katılımcılar tarafından en sık otel tatil deneyimi ile karavan tatil deneyimi kıyaslanarak ortaya konmuştur. Çünkü katılımcıların çoğunda açık bir “otele alternatif” mantığının hâkim olduğu görülmüştür.

Karavanın otelle açık bir kıyaslaması ve otelden üstünlüklerine vurgu yapıldığı görülmüştür. Oteldeki gibi yemek saatlerinin olmaması (K.02), dilediğinde lokasyon değiştirebilme (K.01), herhangi bir aktivite için sıra beklememe (K.03) gibi kıyaslamalar yapılmıştır. Katılımcılar tarafından kendilerini karavanla seyahate yönlendirdiği ifade edilen bir diğer baskın tema karavanla tatil deneyiminin bir keyif/tutku olmasıdır. Bu sonucun literatür ile örtüştüğü söylenebilir (Patterson, Pegg ve Mahadevan, 2015). Nitekim keyif ve tutku yolda olmanın ve seyahat etmenin özünde yatmaktadır. Karavan turistlerinin özgürlük arayışı baskın bireyler olduğu düşünüldüğünde, seyahatlerinde tutkunun ön planda olduğu ve yolculuk sürecinde keyif alabileceği aktivitelerle ilgilendiği söylenebilir. Ayrıca, özgürlüğe bağlı bireylerin kimi olumsuz durum karşısında da keyif aldığı, adrenalin ve gerilimin dahi deneyimin kalitesini artırdığı söylenebilir. İten motivasyon unsurları olarak tanımlanan bir diğer baskın tema da karavanla tatilin bir sosyalleşme alanı olduğudur (bknz. Tablo 4). Nitekim oldukça baskın olarak ön plana çıkan “özgürlük” ve “sosyalleşme” temaları ilgili literatür ile desteklenmektedir (Brooker ve Joppe, 2013; Bultena ve Taves, 1960; Counts ve Counts, 2004; Kearns, Collins ve Bates, 2017).

Araştırma sonucunda ortaya çıkan önemli bir sonucun da karavanla tatilin sıradan bir tatil deneyiminin ve konaklama odaklı anlayışın ötesinde bizzat bir “yol deneyimi” olarak görülmesidir. Bu durumu katılımcılar, “yolda olma” (K.05, K.07) şeklinde ifade etmektedirler. İnsanın özünü arayışı, yolda olmak ve seyahat etmek ile özdeşleşmektedir. Hatta yolda olmanın (sefer), varmaktan öte (zafer) daha optimal deneyim sunduğu söylenebilir. Yolda olma hissini

adeta hayata benzediği düşünülmektedir. Nitekim hayat da bir yoldur ve kişinin yürüdüğü yol, daima kendisine çıkmaktadır. Katılımcıların bir kısmının serbest zaman değerlendirme aktivitesi olarak motosiklet sürdüklerini ifade etmeleri (K.05, K.09, K.21), karavan turistlerinin “yol özlemine” ve “yolda olmayı” önemseyen kişilik yapısını işaret ediyor olabilir. Tercih edilen güzergâhlar kapsamında önemli sayıda katılımcının özel bir çekicilik alanı aramadığını beyan etmesi, yola çıkmış olmayı ve yolda ilgi çeken yerlerde konaklamayı önemsediklerini vurgulaması da bunu doğrulamaktadır. Karavan turistlerinin kimi önceden planlanmış bir rota takip etse de, önemli bir kısmı ise nispeten gelişigüzel ve plansız bir biçimde yolculuk ettiğini belirtmektedir. Motosiklet gibi bir ulaşım aracına bağlı kalınan tatil seçeneklerinde bu durumun geçerli olduğu önceki çalışmalarda da ortaya koyulmaktadır (bkz. Abutalibov ve Türkay, 2019; Abutalibov ve Türkay, 2021). Tüm bu bilgiler ışığında, karavanla tatilde esas motive edici unsur da yolda olmak, yol deneyimi yaşamak, değişik çekiciliklere temas edebilmek, farklı coğrafyaları, farklı doğa ve iklim unsurlarını deneyimlemektir denebilir. Araştırma sonucunda en belirgin motivasyonun özgürlük olarak tespit edilmesinin de bu durumu kanıtlar nitelikte olduğu söylenebilir.

Bahsedilen yolda olma ve bunun özgürlükle bağı katılımcıların konaklama odaklı turistik aktivitelere mesafeli olmasını beraberinde getirmektedir. Diğer yandan, kadın katılımcılarda diğer karavancılarla etkileşimin öne çıkarıldığına da şahit olunmaktadır. Karavanında sohbet, ağırlama ve ikram olanaklarına kadınların çok sık vurgu yapması karavanla seyahat eden kitle hakkında önemli bir detaydır. Nitekim, kadınlar genellikle iletişime ve sosyal ilişkilere daha fazla değer verirler. Bu nedenle karavan seyahati sırasında diğer karavan turistleriyle etkileşim kurmak, deneyimlerini birbirleriyle paylaşmak, komşuluk bağları geliştirmek ve sohbet etmek onlar için önem teşkil edebilir. Bu durumun ardında kadınların destek ve dayanışma içerisinde olma arzusu da olabilir.

Karavan turistlerini karavanla seyahate çeken motivasyon unsurlarının ise yaşanan yere yakınlık, yeşil alanlar, konforlu park alanları, insandan uzak alanlar, deniz/göl kenarları, istenen herhangi bir yer, tarihi yerler, güvenli yerler ve ulaşım olanakları olmak üzere 9 temada toplandığı görülmüştür. Bu motivasyonel unsurlar, destinasyonun sahip olduğu çekicilik ve olanakları kapsayan unsurlardır. Buna göre katılımcıları karavanla seyahat ve konaklamaya çeken motivasyon unsurlarından yeşil alanlar ve deniz/göl kenarı gibi çekicilikler ile istenen herhangi bir yere gidebilme ve güvenlik olanakları temaları ön olana çıkmaktadır (bknz. Tablo 5). İstenen herhangi bir yere gidebilme vurgusu yine karavan turistlerindeki “serbestlik” güdüsünü akıllara getirmektedir. Bu sonucun daha önce vurgulanan “özgürlük” güdüsü ile örtüştüğü söylenebilir. Kenar (2023) tarafından karavan turistleri üzerinde yapılan çalışma sonucunda karavanla seyahat motivasyonları arasında yaşama dair bakış açılarının güdüleme rolü oynadığı tespit edilmiştir. Buna ek olarak, doğaya ve denize yakın olma amacıyla da seyahat edildiğinin tespit edilmesi bu araştırmanın bulgularıyla örtüşür niteliktedir (Kenar, 2023). Destinasyonun sahip olduğu çekicilik unsurları dikkate alındığında, karavan turistlerin doğal alanları sıklıkla tercih ettiği dikkat çekmektedir. Bu durum şehir hayatından uzaklaşıp doğayla yeniden bağlantı kurma isteğinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Önceki çalışmalar da bu bulguyu destekler niteliktedir (Sommer, 2020).

Karavan turistlerinin karavanla tatil deneyimlerinin ayrıntıları da araştırmanın bir diğer merak konusu olmuştur. Bu amaçla mülakatta sorulan sorulara alınan yanıtların, katılımcıların genel çerçevede yürüyüş, balık, bisiklet ve yüzme gibi fiziksel aktiviteler, sohbet ve arkadaşlarla vakit geçirmek gibi sosyalleşme faaliyetleri ve kitap okumak, resim yapmak gibi sanatsal rekreasyonel faaliyetler odağında toplandığı görülmüştür (bknz. Tablo 6). Bu bulgu, karavan turistlerinin tatil esnasında aktivite çeşitliliğinden yana olan bir profil çizdiklerinin göstergesidir. Karavan turistlerinin keyif almak amacıyla da karavan turizmi faaliyetlerine katıldığı göz önüne alındığında (Patterson, Pegg ve Mahadevan, 2015) seyahat ve konaklama süresince eğlenip, dinlenebilecekleri çeşitli rekreasyon aktiviteleri aracılığıyla serbest zamanı verimli kıldıkları

söylenbilir. Bu bilgiler ışığında rekreasyon aktivitelerin turist deneyimine psikolojik, duygusal, sosyal ve fiziksel deneyim açısından yarar sağladığı ifade edilebilir.

Karavanla seyahatin maliyetleri konusunda da karavan turistleri açısından anlayış birliği olduğu görülmektedir. Bu maliyetlerin ekonomik boyutu hakkında farklı algılara rağmen fiziksel zorluğunu kabulleniş (tatlı bir yorgunluk ürettiği konusunda kabulleniş), sosyal ve psikolojik olarak ise maliyetten çok faydasının vurgulandığı görülmüştür. Karavanla seyahat için ekonomik bir maliyetin olduğu bilinmektedir. Bunun yanında karavanı park edecek uygun yer bulma endişesi, karavan içerisinde dar alanda ihtiyaçların karşılanması, düzeni sağlama ve yemek yapma gibi çeşitli uğraşların da bulunduğu bilinmektedir. Bu tarz ihtiyaçların karşılanma sürecinde kimi zaman psikolojik, kimi zaman ise fiziksel zorluklar bulunduğu ifade edilmektedir. Örneğin, yalnız gerçekleştirilen seyahatlerde psikolojik bir gerilime de işaret edilmektedir. Seyahat boyunca gidilecek rotanın belirlenmesi, konaklama için mekân seçimi ve hava koşulları gibi kimi durumların karavan turistlerinde psikolojik açıdan bir gerilime dönüştüğü ifade edilmektedir. Fakat karavancının özgürlük arayışı, mücadeleci ve cesur bireyler olduğu düşünüldüğünde bu tarz gerilimin seyahat deneyimini artırır nitelikte olduğu ifade edilebilir.

Maliyetler ve sorumluluklar konusunda bilinçsiz karavancının istisnai olarak varlığı ve bunların özellikle atıklarını dökerek doğal çevreye zararları beyan edilmiştir. Bu sorunları da “gerçek karavancılar”ın üretmediği ve üretmeyeceği bildirilirken bir “karavancı profili”ne de atıf yapılmaktadır. Deneyimli karavan turistlerinin çevreye ve doğaya zarar vermeyen eğitilmiş birey oldukları ifade edilmiştir. Fakat karavan kültürünün tam oluşmaması sebebiyle kimi zaman bilinçsiz davranışların da gözlemlendiği ifade edilmektedir. Karavancının kaldıkları yere çöp atarak kirletmenin aksine kamp alanını daha temiz halde bıraktıklarına da vurgu yapıldığı anlaşılmaktadır.

Yolda belirsizlik güvenlik endişesi yaratabilmektedir. Özellikle yalnız seyahatte ve gece ulaşılabilecek yere ulaşamayınca ücra alanlarda park etmek zorunda kalınca güvenlik endişesi yaşanmaktadır. Park için market vb. çevresi gibi ışıklı yerlerin tercih edildiği görülmektedir. Bu durum kamp alanları ve park edecek belirli yerlerin sayısı ve niteliğinin artırılmasının bir güvenlik sorunu olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Türkiye için konu analiz edildiğinde, özellikle Covid-19 salgını sonrası bir hızlı büyüme sorununa dikkat çekilmesi anlamlı görülmektedir. Sonuç itibarı ile karavanla seyahat eden turistlerin çevreyi kirletme sorunu, tesis yetersizliği ve ücret pahalılığı, fiziksel olarak sürecin yorucu olması, deneyimsiz karavancının uygunsuz davranışı ve yerel halkın olumsuz tepkisi gibi problemlerle karşılaştıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda yerel yönetimlerin gerekli adımları atması ve devlet düzenlemeleri ile karavan turizmini geliştirmek adına çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Abutalıbov, N. (2019). *Motosikletle seyahat eden turistlerin motivasyon unsurlarının belirlenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya.
- Abutalıbov, N. ve Türkay, O. (2021). Motosikletle seyahat eden turistler için kritik motivasyon unsurlarının önem düzeyleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46), 1169-1184.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M. ve Kale, D. (2023). fenomenolojik sosyoloji öncüllerinin turizm alanyazını üzerinden değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(1), 71-82.
- Akpur, A. ve Zengin, B. (2019). İznik gölü ile çevresinin kamp ve karavan turizm potansiyelinin değerlendirilmesi evaluation of camping and caravan tourism potential of Iznik lake and its environment. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2), 4-20.

- Altan, Z. B. (2007). *Belgesel film çekim ekibi için tasarlanan minimum ölçekte mobil mekân araştırma ve incelemesi* (Yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.
- Aydın, A. (2001). *Gelişim ve öğrenme psikolojisi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi . *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus open*, 2, 8-14.
- Brooker, E. ve Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality—An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 4(3), 1-6.
- Bultena G. ve Taves M.J. (1960). Tenting on a park campground. *Conservation Volunteer*, 23, 60-64.
- Counts D.A. ve Counts D.R. (1992) They’re my family now: the creation of community among RVers. *Anthropologica*, 34(2): 153–182.
- Crompton, J. (1998). Emergence of the unfair competition issue in United States recreation. *Managing Leisure*, 3(2), 57–70.
- Çolak, O. ve Batman, O. (2019). Turizmde kriz yönetimi: İstanbul örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 351-371.
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism, *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism management*, 31(4), 547-552.
- Dunn Ross E.L. ve Iso-Ahola S.E. (1991). Sightseeing tourists’ motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2) 226–237.
- Federation International Camping and Caravaning (2018) Freedom. Movement. The Great Outdoors. <https://ficc.org/en/camping/> (Erişim Tarihi: 15.05.2022).
- Foley, C. ve Hayllar, B. (2007). A tale of two caravan parks: friendship, community and the freedom thing. *Tourism Today*, 7, 7–28.
- Garst, B. A., Williams, D.R. ve Roggenbuck, J.W. (2009). Exploring early twenty-first century developed forest camping experiences and meanings. *Leisure Sciences*, 32(1), 90-107.
- Hardy A., Hanson, D. ve Gretzel, U. (2012) Online representations of RVing neo-tribes in the USA and Australia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(3): 219–232.
- Hardy, A., & Gretzel, U. (2008). It’s all about me: Understanding recreational vehicle useage (caravanning) on the Alaska Highway. Cauthe 2008 Conference, 1-11.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Kearns, R., Collins, D., & Bates, L. (2017). “It’s freedom!”: examining the motivations and experiences of coastal freedom campers in New Zealand. *Leisure Studies*, 36(3), 395-408.
- Kenar, G. (2023). Karavan turistlerinin motivasyonuna etki eden unsurların belirlenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 445-466.

- Klenosky, D. B. (2002). The ‘pull’ of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 385–395.
- Korkmaz, M. (2001). *Orman kaynaklarında doğa turizmi ve av turizmi etkinliklerinin ekonomik çözümlenmeleri* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Lashley, C. (2015). Researching snails on holiday: An agenda for caravanning and caravanners?. *Research in Hospitality Management*, 5(2), 115-122.
- Mannell, R.C. ve Iso-Ihola, S.E. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 314–331.
- Meng, F., Tepanon, Y., ve Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-56.
- Mikkelsen, M. V., & Cohen, S. A. (2015). Freedom in mundane mobilities: Caravanning in Denmark. *Tourism Geographies*, 17(5), 663-681.
- Mundet, L., Grijalvo, M., & Marin, J. (2023). Are Camper Travel Lovers the New Wave of Tourism? A Growing Trend for Destinations. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-22.
- Okumuş, A. (2013). *Tüketici davranışı: Teorik ve uygulamalı bir yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Olçay, A. ve Turhan, U. (2017). Opinions and interviews of glamping service owners and business directors about “new tourism trend: Glamping” in Turkey (Muğla and Antalya sample) . *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(4), 980-996.
- Önder, S. ve Suri, L. (2022). Mobil yaşamda konfor ve tasarım. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 7(1), 26-41.
- Ötügen, E. (2010). Eco tourism and caravan tourism. *International Symposium on the Biology of Rare and Endemic Plant Species*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Park, S., Yang, Y. ve Wang, M. (2019). Travel distance and hotel service satisfaction: An inverted U-shaped relationship, *International Journal of Hospitality Management*, 76, 261-270.
- Patterson, I., Pegg, S., & Mahadevan, R. (2015). The benefits of short stay caravan travel based on the lived experiences of grey caravanners in Australia. *Tourism Analysis*, 20(5), 539-549.
- Patton, M. Q., (1990) *Qualitative evaluation and research methods*. London: Sage Publications.
- Prideaux, B., & McClymont, H. (2006). The changing profile of caravanners in Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 45-58.
- Rose, P., Beeby, J., ve Parker, D. (1995). Academic rigour in the lived experience of researchers using phenomenological methods in nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 21(6), 1123–1129.
- Sever, İ. A. (2020). Covid-19 pandemisi sonrası normalleşme sürecinde mobil mekânların mimari tasarım ölçütleri ve bir çözüm önerisi. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 5(2), 477-485.
- Sirakaya, E. ve Woodside. A.G. (2005). Building and testing theories of decision making by travelers. *Tourism Management* 26(6): 815–832.
- Sommer, K. (2020). Holidays at home - Camping and glamping as a part of domestic tourism: An overview and analysis of camping (and in particular luxury camping) as an alternative form of domestic tourism in the time of the coronavirus. *IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality*, 6, 3-20.

- Steers, R. M., Mowday, R. T., ve Shapiro, D. L. (2004). The future of work motivation theory. *The Academy of Management review*, 29(3), 379-387.
- Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş. ve Uzun, İ. (2020). Turizmde “sosyal mesafe” mümkün mü? Kamp ve karavan turizmi bağlamında bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 15(4), 1429-1441.
- Şenol, F. (2011). Kamp ve karavan turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* içinde (2. b., ss. 481-499). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). *Kırklareli il kültür ve turizm müdürlüğü, kamp ve karavan turizmi*. <https://kirkklareli.ktb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 16.10.2022).
- Türkay, O. ve Atasoy, B. (2021). İten ve çeken faktörlerin destinasyon memnuniyetine etkileri: yayla ve şehir turizmine katılan Arap turistler üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 61-76.
- Türkiye Kamp ve Karavan Derneği (2007). *Kamping standartları yönetmeliği*. <https://www.kampkaravan.org.tr/> (Erişim Tarihi:15.10.2022).
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2021). *Türkiye karavan sektörü durum analizi raporu*. www.tobb.org.tr (Erişim Tarihi: 25.10.2022).
- Türkiye Otelciler Federasyonu (2019). *Turizm Raporu*. <https://www.turofed.org.tr> (Erişim Tarihi: 25.10.2022).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2021). *360 Derece kamp/karavan araştırması raporu*. <https://www.tursab.org.tr/> (Erişim tarihi: 27.03.2023).
- Usta, Ö. (2001). *Genel turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Yılmaz, İ. (1995). Kum ve deniz yerine dağlar yaylalar. *Ekonomik Trend Dergisi*, 32-33.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty. *Tourism Management* 26(1): 45–56.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu

Tarih: 02.01.2023

No: 27/28

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %34

2. yazar katkı oranı : %33

3. yazar katkı oranı : %33